

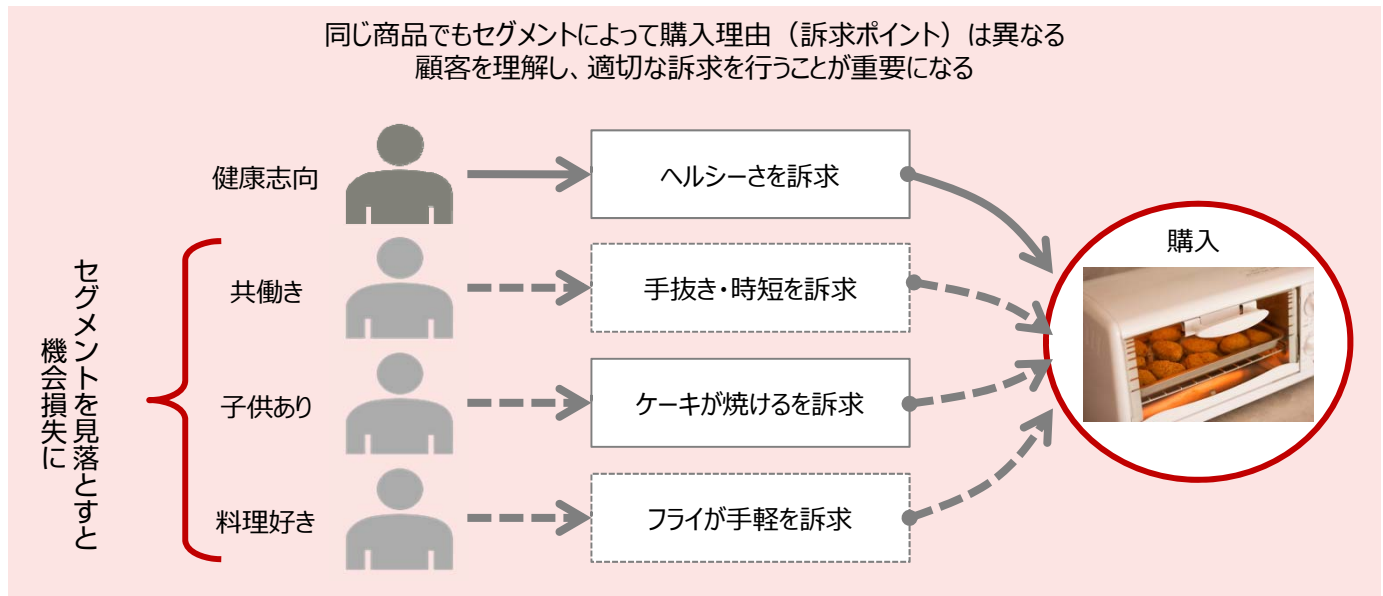
顧客情報分析

会員データ、購買履歴、アクセスログ、SNSなどのオープンデータを活用して、顧客のライフスタイル、価値観、購入理由、ニーズを把握することが、マーケティングの第一歩になります。

サービス概要

- ◆ 貴社の顧客がどのようなセグメントに分かれるのか、各セグメントごとにどんな訴求を行うべきかを明らかにします。
- ◆ 利用するデータや手法は様々です。購買履歴やアクセスログなどの定量データもあれば、グループインタビューやSNSの声などの定性データも分析します。

顧客理解の必要性



提供している顧客理解の手法

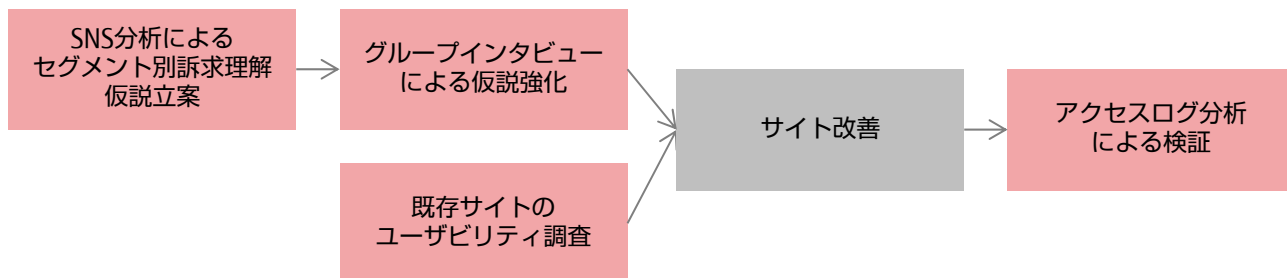
会員情報解析	会員の属性情報および購買履歴等の情報を解析することで、似たような属性や購入傾向の人たちをセグメンテーションする手法です。
3rdPartyDataを活用した分析	ECサイトなどWebのアクセスログや購入履歴に加えて、3rdPartyDataを紐づけて分析することで、会員の趣味・興味やライフイベントの検出などを行います。
SNS分析	ネット上のクチコミから購入データからは見えない「買った理由」や「利用シーン」を抽出し、類型化します。
アンケートやインタビュー	顧客に関するデータが少ない場合には、アンケートやグループインタビューを実施して、セグメントや訴求方法の仮説を立案します。
上記の組み合わせ	新サービス企画、マーケティング施策立案、サイトリニューアルといった目的に合わせて、上記を組み合わせます。

強みとメリット

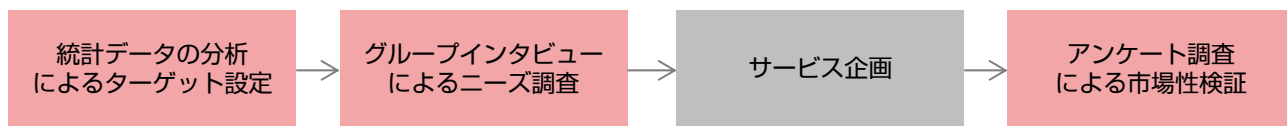
- ◆ 会員属性や購買データからだけでは、各セグメントのライフスタイルや購買理由を解釈することは困難です。
- ◆ 多様な手段でデータを収集し、複合的に分析することで、具体的な顧客像を描くところが強みです。
- ◆ 深い顧客理解をベースとすることで、新規サービス企画やマーケティング施策立案が可能となります。

実施例

【サイトのリニューアルのケース】



【新規サービス企画のケース】



実績一覧

業 種	実施概要
小売	ID-POSの購買履歴から会員向けメールマガジンに掲載するクーポンをセグメントごとに出し分けするロジックの開発を実施。
エネルギー	グループインタビューやアンケート調査を活用した新規サービス企画を実施。
通信キャリア	既存サイトのアクセスログと3rdPartyDataを分析し、解約の予兆検知を実施。
運輸	フェリーの集客施策として、SNS分析による訴求コンテンツ企画の実施。
通信キャリア	SNS分析とグループインタビューによるコミュニティサイト企画および構築後のアクセスログ分析による導線改善提案の実施。
食品メーカー	SNS分析から生活者の消費傾向を分析し、PR施策としてプレスリリース配信を実施。

このカタログに掲載されている内容については、予告なしに変更することがありますのでご了承ください。

2017年6月

お問い合わせ先

株式会社 富士通総研

コンサルティング本部 ビジネスサイエンスグループ

〒105-0022 東京都港区海岸 1-16-1 ニューピア竹芝 サウスタワー TEL:03-5401-8394