

# VMSを用いたPOSデータ分析と 自動レポートシステムおよびマーケティング展開

## ～小売業におけるBAO事例～

2012.11.22

西川コミュニケーションズ株式会社  
三村 健 / 金牧 伸弥

### ■はじめに



#### 発表の概要

本セッションでは、事例として、マーケティング・プロモーションに於けるデータマイニングやBAOの取組についてご紹介させていただきます。

データマイニングのツールをマーケティングプランナーの視点でどの様に活用しているのかをBAOの事例を起点に話をさせていただきます。

#### 「利用商品」

- ・Visual Mining Studio(汎用データマイニングツール)
- ・Bayesian Network Module(ベイジアンネットワークマイニングツール)

## ■会社概要



## ■会社概要

社名：西川コミュニケーションズ株式会社  
 創業：1906年  
 設立：1949年  
 本社：愛知県名古屋市東区東桜2-11-16  
 資本金：8,000万円  
 従業員数：264名

## ■事業概要



Copyright 2012 Nishikawa Communications Co., Ltd. All Rights Reserved



# Service & Solution



NICO独自の「マーケティング&プロモーション」  
 と「ITテクノロジー」を融合させた事業を展開。

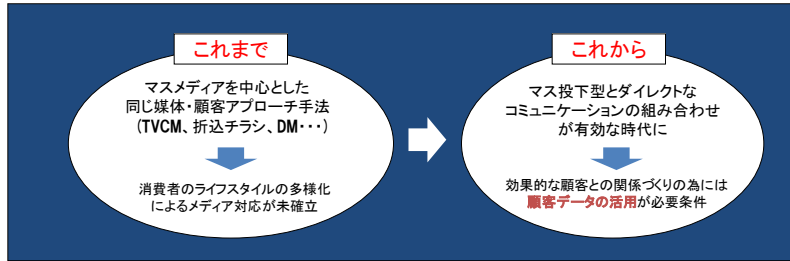
Copyright 2012 Nishikawa Communications Co., Ltd. All Rights Reserved

## ■VMS導入の背景 1

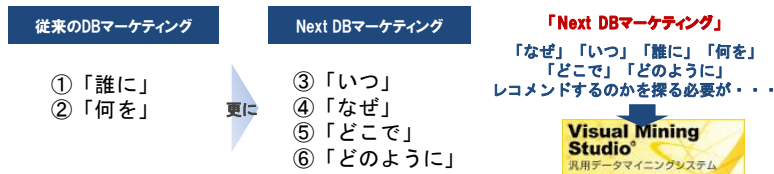


業務  
課題

業界・マーケットに於ける「マーケティング」や「メディア」の  
新しいうねりをどう捉えるのか？



販売者視点から→顧客目線でのアプローチが必要な時代に



Copyright 2012 Nishikawa Communications Co., Ltd. All Rights Reserved

## ■VMS導入の背景 2



私たちは、リサの事を良く知っています。  
 そして、リサが欲しい情報を求めるタイミングに  
 最適なチャネルで届けることが出来ます。



Copyright 2012 Nishikawa Communications Co., Ltd. All Rights Reserved

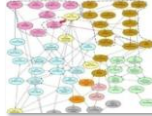
## ■VMS導入の背景 3



私たちは、リサが来月、何を買いそうなのかを知っています。



Point  
**1** 予測する



Bayesian Network、  
テキストマイニング等

誰が、何時、何を、  
買いそうなのかを知る

Point  
**2** パターン  
発見



アソシエーションルール等

共通の行動パターン  
を知る

Point  
**3** 分類



デシジョンツリー等

何が行動を分ける  
基準なのかを知る



VMSを活用して顧客をモデリング。

## BAO事例

## クライアントの概要

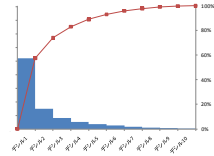
### 業種・業態

全国に店舗を持つファッションアイテム(ブランド品)の小売業。



### 顧客・売上の特徴

- ・ポイントカードを運用しており、ID付のPOSデータ。
- ・会員の売上は7割以上。
- ・売上の上位集中度が高い。
- ・中心となるコアなファンは40～50代の女性。



## エグゼクティブ・サマリーレポートの目的

### 【顧客の経済性】 || コミュニケーションの最適化

より反応率の高いものを選定するプロセス



## KPIの設定

### 売上の状況

前年対比、Zチャート、商材別・商品単価別の売上構成など、売上構造の基本的な情報を把握。

### 会員の状況

新規会員の流入数、当月会員の数、売上構成、レシート単価、点数などを把握。

### 会員ランクごとの 収益性・推移・定着性

RFM分析、購買間隔の予測(SVM)、商材の併売率などを分析した上で、会員のランクを設定。ランクごとの実績をバブルチャート化し把握。

### 商品単価別・ブランド別の 収益性

アソシエーション分析・関連性ダイアグラムを用い、商品単価やブランド、商材の併売関係を分析。店舗、売場ごとに商品の収益性を把握し、現場の意思決定に繋げる。

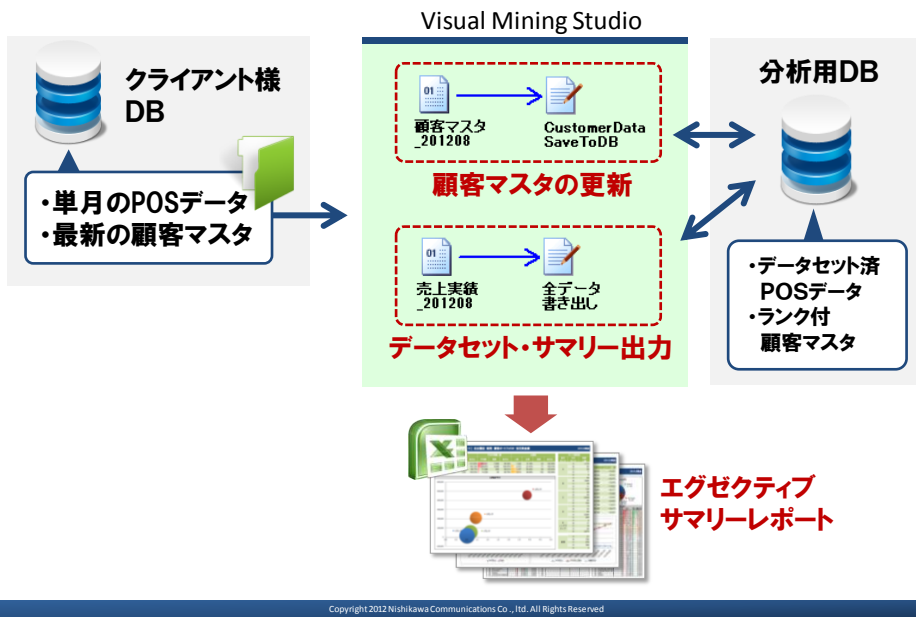
Copyright 2012 Nishikawa Communications Co., Ltd. All Rights Reserved

## サマリーレポートのコンテンツ

項目	全社	店舗	商材/フロア
売上・利益・利益率(会員/非会員)	■	■	■
売上前年対比・売上推移(Zチャート)	■	■	■
会員数・会員比率(売上/利益)	■	■	■
新規会員数・売上	■	■	■
当月購入会員数・売上	■	■	■
会員購入単価・点数	■	■	■
会員属性(性別/年齢)	■	■	■
新規会員属性(年齢)	■	■	■
商材別構成比(売上/利益)	■	■	■
商品単価構成比	■	■	■
ブランドランキング(点数/売上/利益)	■	■	■
商品単価別ブランドランキング(売上)	■	■	■
顧客ランク別実績(人数/売上/利益)	■	■	■
顧客ランク別推移表	■	■	■
顧客ポートフォリオ(ランク別バブルチャート)	■	■	■

Copyright 2012 Nishikawa Communications Co., Ltd. All Rights Reserved

## レポート生成のフロー



## サマリーレポートの活用項目

■ 経営戦略の意思決定サポート

■ マーケティング戦略の立案

■ 出店戦略における指標作り

■ 店舗、フロアのゾーニングプラン

■ キャンペーン全体最適化

(メディア選定/ターゲティング/商品レコメンド/ROIシミュレーション)

## 本件に関するお問い合わせ

**西川コミュニケーションズ株式会社**

**企画営業部マーケティンググループ  
三村/金牧**

TEL:052-979-0400

E-mail:info@nishikawa.jp