

ID-POS 分析に CRM Insight

— これなら現場で使える！顧客分析ツールのご紹介 —

株式会社NTTデータ数理システム 山口 裕

いつでも

消費者のあらゆる行動がIDで紐づき、日々、ネットショップ・実店舗によらず購買等のデータが蓄積されている現在、この多量のデータの内、どれだけの情報を把握できているでしょうか。情報を必要としている人のために、いつでもどこでもサッと情報を可視化できる分析ツールこそが、CRMの実践に役立ちます。

シンプルに

ID-POS データの登場によって、

買い回り、併買、好み、リピート購入、離反…

といった様々な顧客特性を理解できる可能性が広がりました。CRM Insight では、分析の対象をID-POS データに特化し、デザインを徹底的にシンプルにすることで、顧客・商品理解に必要な分析メニューを**使いこなせる**環境をご提供します。

力強く

CRM Insight では、デザインはシンプルにしつつも、これらの顧客や商品の特性を掘り起こすために、積極的にデータマイニングと呼ばれる高度な分析手法を取り入れています。分析エンジンには、NTTデータ数理システムの主力製品である、

 **Visual Mining Studio**
汎用データマイニングシステム

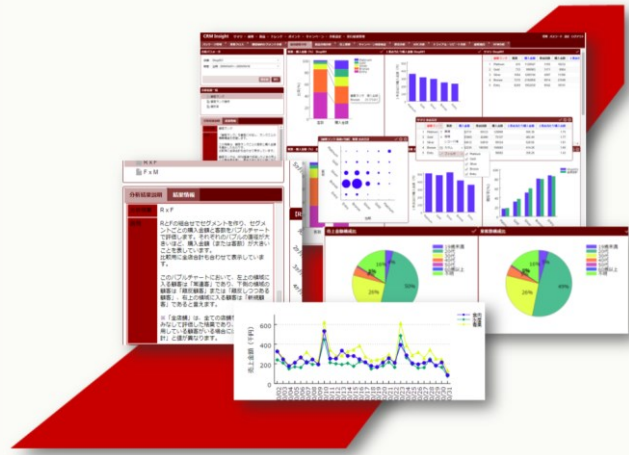
を採用し、あらゆる問題に対応できるだけのパワーを備えています。だから、単純な集計だけでは見えてこない、様々な購買パターンを見出すことができます。

アソシエーション分析で、商品の併売分析
クラスター分析で、顧客別の購買傾向分析

などはその一例です。

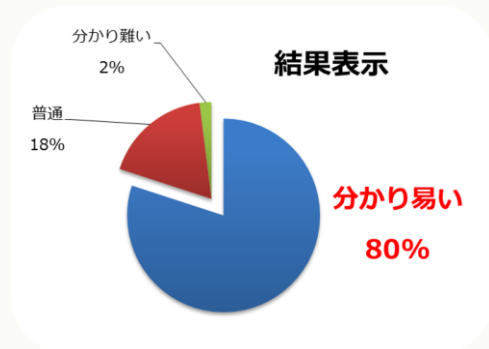
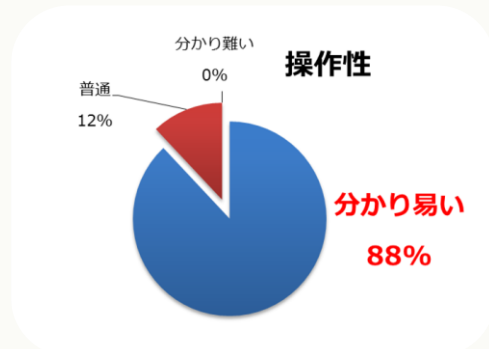
CRM Insight は分析手法には詳しくない方でも安心してお使いいただける、ID-POS 分析のエントリーツールと言えますが、同時に、より高いレベルを目指す現場でもお使いいただきたい製品です。

次ページ以降では、CRM Insight 標準の分析メニューと、仕組みや拡張性についてご紹介します。



使いやすい

CRM Insight を実際に御体験された 50 名の方々に評価していただきました。操作性と分析結果について、80%以上の方が「分かり易い」と回答されています。



※ CRM Insight を実際に体験された 50 名の方々に御回答いただきました。

■ 分析メニュー

CRM Insight の分析には大きく分けて、「全体把握」、「顧客分析」、「商品分析」、「トレンド分析」、「ポイント分析」、「キャンペーン分析」の6つの視点があり、それぞれ複数の分析メニューが用意されています。その一方で、これら全ての分析メニューが、同様の操作で実行できるため、実行時に使い方で悩むようなことは一切ありません。



全体把握

売上金額、来客数を、顧客属性等を軸に集計し、現状の概観するためのメニューです。リアルタイムでのチェックすることも重要です。

メニュー名	内容
基本集計	売上金額と来客数の期間別、店舗別、顧客属性別、商品分類別の集計。
売上クロス	店舗や顧客属性等での売上のクロス集計。
来客クロス	店舗や顧客属性等での来客数のクロス集計。

顧客分析

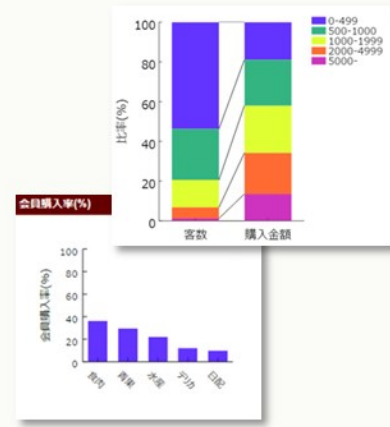
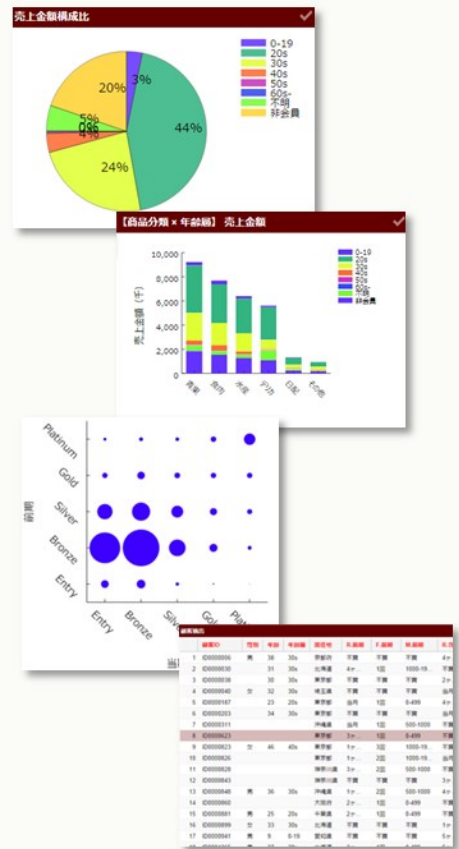
セグメンテーションで顧客を評価・分析し、育成状況や離反状況を把握し、ターゲティングを実施します。

メニュー名	内容
RFM 分析	最近来店日、来店頻度、購入金額の3軸で顧客を評価します。
優良顧客分析	ロイヤルカスタマーの購買を比較し、売上貢献度や離反傾向を掴みます。
購買傾向セグメント分析	購買行動の特性から嗜好性を把握します。潜在顧客の発掘や、レコメンデーションにも応用できます。
顧客抽出	様々な条件で顧客リストを作成。ここから顧客へのアプローチが始まります。

商品分析

併買や売れ筋からニーズを見出します。幅広く買われている商品なのか、少数のお客様に愛されている商品なのか。

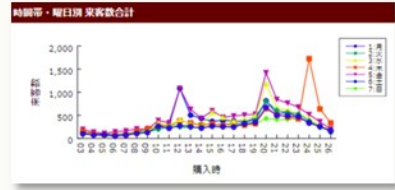
メニュー名	内容
商品分類分析	顧客育成に影響する購入率等の商品特性を分類別に評価します。
売れ筋分析	売れ筋、死に筋商品を把握し、仕入れや在庫管理に用いたり、キャンペーン商品選定の参考にしたりします。
ABC 分析	売上ベースで商品进行评估し、在庫管理等に活かします。
併売分析	一緒に買われる商品の組合せパターンを把握し、セット販売や商品陳列の参考にします。
トライアル・リピート分析	商品別にトライアラーやリピーターの数把握し、ニーズを理解します。
商品抽出	様々な条件で商品リストを作成します。



トレンド分析

売上、来客の時系列傾向を調べます。売上や来客の低下をいち早く把握し、ここから要因を調査していきます。

メニュー名	内容
売上推移	店舗、商品分類別の売上時系列を可視化。
来客推移	顧客属性別の来客数を時系列で可視化。
時間帯別 曜日別傾向	曜日と時間帯売上や来客数を把握します。 定員のシフト等にも活かれます。

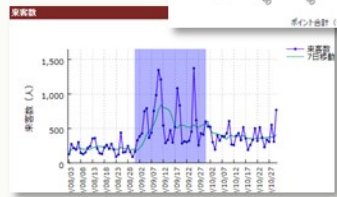
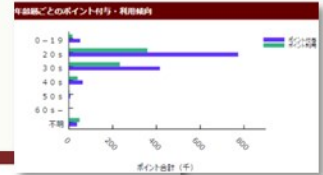


商品名	商品ID	店舗名	店舗ID	商品分類	商品ID	商品名	商品ID	購入日	顧客数
1	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	50
2	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	50
3	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	42
4	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	42
5	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	42
6	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	42
7	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	46
8	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	46
9	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	34
10	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	34
11	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	32
12	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	32
13	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	31
14	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	31
15	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	38
16	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	38
17	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	29
18	ITEM001	店舗A	ITEM001	食品	ITEM001	商品A	ITEM001	2013/10/01	29

ポイント分析

ポイント制度を効果的に活用するための分析です。

メニュー名	内容
ポイント集計	顧客属性別のポイント利用状況を把握します。
ポイント推移	ポイント利用量を時系列で可視化します。
ポイント効果 分析	ポイント利用が購買行動へどのように影響するかを評価します。



キャンペーン分析

キャンペーン毎に傾向を把握し、売上につなげるための分析です。

メニュー名	内容
キャンペーン集計	キャンペーン別に売上を把握します。
キャンペーン推移	キャンペーンの売上を時系列で把握します。
キャンペーン 効果検証	キャンペーン期間の前後で顧客の購買行動を比較し、インパクトを評価します。

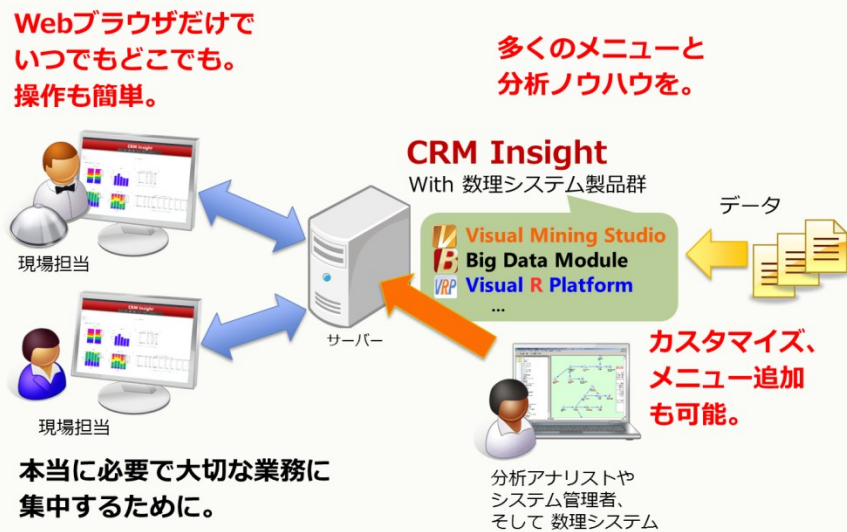
親切設計

様々な分析メニューがあり、さらにメニューを実行すると、内容に応じて多数の分析結果が表示されます。分析初心者だと、例えば「RFM分析」と言ってもピンと来ないかもしれません。

しかし、CRM Insight では一つ一つのメニューや結果に対して、その場で確認しながら結果等を見られるよう、ワンポイントアドバイスを随所に記述しています。どのようなメニューなのか、その結果はどのように見るべきで、どのように解釈すべきなのか、可能な限り安心してお使いいただけるよう、親切な設計を心がけています。

■ 仕組みと拡張性

CRM Insight はID-POS に特化した分析ツールとしておすすめしていますが、その中身は当社の Visual Analytics Platform (VAP) という分析基盤を利用して構築されています。この VAP 上では、数理システムの様々な製品群（データマイニングの Visual Mining Studio、ビッグデータ分析の Big Data Module、統計解析 R の Visual R Platform など）が動作するため、実は、多種多様なデータに対する非常に高度な分析ツールとして拡張可能になっています。初めは低コストで小さくはじめて、将来的には様々なデータを使って予測やモデル化など幅広く考えていらっしゃる場合や、既に数理システムの製品のユーザ様である場合など、効率良くノウハウを蓄積したり活用したりしていくことができる力強さを秘めています。



また、分析を専門とするアナリストが分析の流れを作成し、現場の担当者が CRM Insight を通して能動的に分析メニューを実行して施策へ結びつけたり、経営者が分析を実行して必要な指標を把握したりといった、きれいな形の分業も実現可能です。

お問い合わせ

株式会社 N T T データ数理システム CRM Insight 担当

E-mail : crm-info@msi.co.jp

URL : <http://www.msi.co.jp/crminsight/>