

CRM Insight

■動作環境

サーバー	
CPU	2GHz以上（推奨：同時利用ユーザ数分のCPUまたはコア数）
メモリ	8GB以上（推奨：同時利用ユーザ数×4GB）
HDD必要領域	5GB以上（推奨空き容量は分析対象データサイズに依存）（推奨：SSDなどの高速なストレージ）
対応OS	Microsoft(R) Windows(R) 7 / 8.1 / 10 / Server2008 / Server2012 / Server2016（すべて日本語版OSに限ります）
クライアント	
対応OS	対象Webブラウザが動作するOS
推奨Webブラウザ	Internet Explorer 11, Google Chrome56（他のブラウザについてはご相談ください）

■機能

大項目	小項目	説明
サマリ (overview)	全店概況集計	指定期間における全店/各店の重要指標を見える化します。
	月次概況推移	着目店舗の重要指標と売上上位商品について、月次推移を見える化します。
	基本集計	性別・年齢層・店舗・商品分類ごとに売上・来客数を分析します。
	売上クロス	性別・年齢層・店舗・商品分類の全ての組み合わせについて該当する売上額を分析します。
	来客クロス	性別・年齢層・店舗・商品分類の全ての組み合わせについて該当する組み合わせの来客数を分析します。
顧客 (customer)	デシル分析	累計購入金額の高い顧客から順に10分割し、ランク付けします。
	RFM分析	顧客の行動から計算したR・F・Mという3つの指標についてそれぞれの該当顧客数、売上額を分析します。
	優良顧客分析	顧客の行動から、売上に寄与する度合を示す「顧客ランク」を顧客に付与し、そのランクごとの人数・売上額を分析します。
	購買傾向セグメント分析	顧客の購買パターンをもとに、顧客・商品の双方の視点からセグメンテーションします。
	会員ステージ分析	初回購入以降の購買実績を元にステージ分けし、育成状況を分析します。
商品 (item)	顧客抽出	該当する顧客を抽出します。性別・年齢層・顧客ランク・RFM条件・購買セグメントを指定して抽出できます。
	指定商品分析	ある特定の商品について、どのようなお客様にどんな買われ方をするのかを分析します。
	商品分類分析	顧客育成に影響する特性を商品分類ごとに分析します。
	売れ筋分析	指定期間の売れ筋ランキングを抽出します。
	ABC分析	指定期間の商品ごとの売上金額の大きい方からA, B, Cというランクをつけて集計する分析です。
	併売分析	特定の商品に関して、この商品と一緒に買われている顕著な商品の組み合わせを出力します。
	トライアル・リピート分析	特定の商品に関して、指定期間内に初めて購入した人（トライアル）、トライアル後2回目以降の購入をした人（リピート）の時系列をプロットします。
トレンド (trend)	商品抽出	該当する商品を抽出します。商品分類・商品ランク・購買セグメントを指定して抽出できます。
	来客推移	来客数の時間的な推移をプロットします。また、変動を抑え傾向を把握するための移動平均も表示します。
	売上推移	売上の時間的な推移をプロットします。また、変動を抑え傾向を把握するための移動平均も表示します。
ポイント (point)	時間帯別・曜日別傾向	時間帯・曜日別で見た、売上・来客数を分析します。
	ポイント集計	ポイントカードによるポイントの利用状況について分析します。
	ポイント推移	ポイントカードによるポイントの利用状況の時間変化をプロットします。
キャンペーン (campaign)	ポイント効果分析	前期と今期を比較し、ポイント利用の効果を分析します。
	キャンペーン集計	キャンペーン対象購入による購入者数・売上をキャンペーンごとに分析します。
	キャンペーン推移	キャンペーン対象購入による売上の時間変化をプロットします。
	キャンペーン効果検証	キャンペーン利用前後の傾向から、キャンペーン効果を検証します。

TARGETING

ターゲッティング

RECOMMEND

レコメンド

CUSTOMER SEGMENT

顧客セグメント

CROSS-SELL

併売

お問い合わせ

◆TEL : 03 - 3358 - 6681 ◆E-mail : crm-info@msi.co.jp ◆http://www.msi.co.jp/crminsight/

NTT DATA 株式会社 NTTデータ 数理システム

〒160-0016 東京都新宿区信濃町35番地 信濃町煉瓦館1階 FAX:03-3358-1727 平日 10:00~17:00

株式会社 NTTデータ 数理システム

お客様を知るための そのPOS データ、眠らせていませんか？ CRM Insight を販売戦略にご活用ください。

● POSデータを分析するということは

お客様が何をどれだけ購入されているかを知ることはもちろん、関連するさまざまな情報を知ることができ、販売戦略に大いに役立てることができるのです。

沢山のお客様のこれまでの履歴 (顧客データや購買履歴)



傾向を知る分析

例えば…



他にも…
 ● いったいどのお客さんがどのくらい購入してくれているのか
 ● 今後の売上はどうなりそうか
 ● 売れ筋商品は何か
 ● 店舗ごとの違いは何か

販売戦略に生かす

これらを分析することは CRM の基本であり、収益をあげるための重要なファクターなのです。

例えば…

- 時間帯別曜日別の傾向 ▶ 商品の仕入れや店員の配置に活用
- 一緒に買われる商品の傾向 ▶ ついで買いのオススメ商品を提示
- 優良顧客の抽出 ▶ 効率のよい DM の送付

● CRM Insight にお任せください

今まで知りたくても
知ることのできなかつた
情報を手軽に得ることが
できます。

CRM Insight は、ブラウザ上で動作する手軽な CRM 分析システムです。CRM のための様々な分析を、マウスでクリックするだけで、簡易に分析可能です。見たい分析を選ぶだけで、結果がグラフで表示されます。

ブラウザ上で利用できる
手軽なシステム

分析メニューを
選ぶだけで本格的な
分析を実現

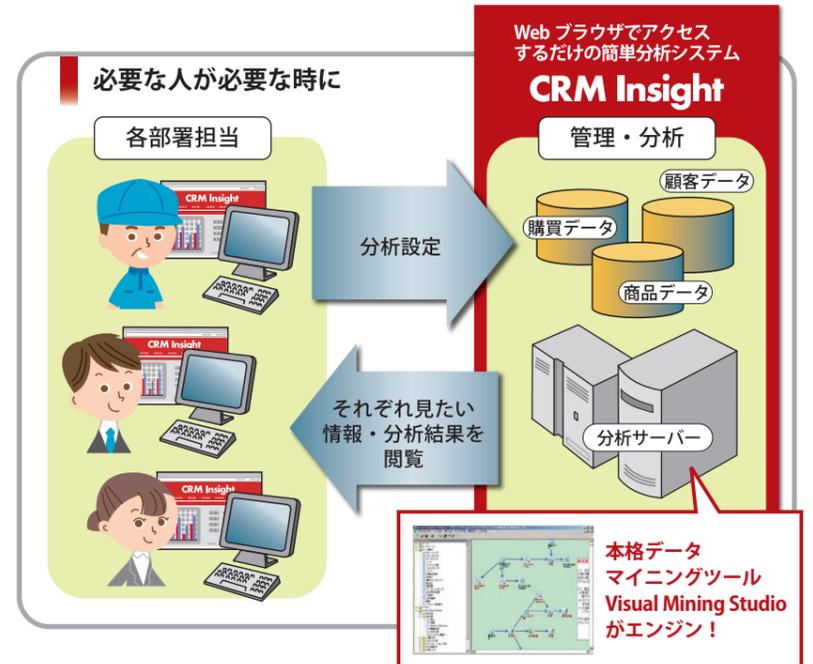
変更したい設定は
必要に応じて
マウスで選ぶだけ

分析結果がその場で
ぱっとグラフ表示

webブラウザから簡単にご利用いただけます。

● CRM Insight 利用イメージ

分析の基となるデータ (POS データ、会員データなど) を、サーバーに設定するだけで、ブラウザから分析機能をご利用いただけます。サーバーは、データのセキュリティに合わせて、自社内サーバー、クラウドなどからお選びいただけます。既存のサーバーマシンシステム追加してのご利用も可能です。



● 分析ラインナップ

CRM における顧客・商品などの傾向を把握し、戦略を練るための分析機能を搭載しています。集計やクロス集計、RFM 分析はもちろん、併売分析や売上予測なども搭載。マイニング機能を用いた他に類を見ない分析機能を標準でご提供いたします。ご要望に応じてカスタマイズも可能。必要な情報を手軽に得られる環境を安価で手に入れることができます。

- ◆ サマリ分析
 - 全店概況集計
 - 月次概況推移
 - 基本集計
 - 売上クロス
 - 来客クロス

● 基本的なデータの性質を知るために、各項目の集計・クロス集計を行います。
- ◆ 顧客分析
 - デシル分析
 - RFM 分析
 - 優良顧客分析
 - 購買傾向セグメント分析
 - 会員ステージ分析
 - 顧客抽出

● 良いお客さまを知り、顧客ターゲットを行うための分析です。
- ◆ 商品分析
 - 指定商品分析
 - 商品分類分析
 - 売れ筋分析
 - ABC 分析
 - 併売分析
 - トライアル・リピート分析
 - 商品抽出

● 商品の性質を知ること、どの商品をどのように販売していくかの戦略を立てるための分析です。
- ◆ トレンド分析
 - 来客推移
 - 売上推移
 - 時間帯別・曜日別傾向

● 時間的変化をみることで、傾向やこれからの把握します。
- ◆ ポイント分析
 - ポイント集計
 - ポイント推移
 - ポイント効果分析

● ポイントの効果を、全体およびその推移で把握します。
- ◆ キャンペーン分析
 - キャンペーン集計
 - キャンペーン推移
 - キャンペーン効果検証

● キャンペーンの効果、全体およびその推移で把握します。

CRMとは? Customer Relationship Management

情報システムを応用して企業が顧客と長期的な関係を築く手法のこと。詳細な顧客データベースを元に、商品の売買から保守サービス、問い合わせやクレームへの対応など、個々の顧客とのすべてのやり取りを一貫して管理することにより実現する。顧客のニーズにきめ細かく対応することで、顧客の利便性と満足度を高め、顧客を常連客として囲い込んで収益率の極大化をはかることを目的としている。(「IT用語辞典」より)

つまりは・・・「お客様を知り、儲けること」なのです。