

ECコンサルティング 顧客分析サービスのご提案

第1.4版

Next systems
<http://www.nextsystems.biz>
info@nextsystems.biz

confidential

Index

- 1、事業概要
- 2、顧客分析の重要性
- 3、主な製品・サービス
- 4、活用ポイント
- 5、事例紹介
- 6、パートナーシップ
- 7、OEM提供
- 8、参考文献

1、事業概要

◆ Next systems が掲げる顧客分析事業のミッション

アメリカと対比して10年以上遅れていると言われる、日本のデータベース・マーケティング・ソフトウェア開発の発展に貢献し、独自に開発したソフトを基盤とした、コンサルティング・ネットワークを構築することで、「データベース・マーケティングが世界で最も成熟しているのは日本」と言われる日を実現し、そのネットワークを世界に広げて行くことを目標にしています。

◆ 主な製品・サービス

- 顧客分析君2010 Express
- CSV取込ツール(楽天市場)
- 顧客分析成熟度診断

2、顧客分析の重要性

◆ 顧客分析のメリット

顧客データベースを構築してきた企業(151社)が、それを利用した結果、いかなるメリットを感じるに至っているか。

- 1位 (60.3%) 反復購入顧客の増加。
- 2位 (52.3%) DM等の成功率向上。
- 3位 (39.7%) 顧客に適合した販売戦略の企画促進。
- 4位 (39.1%) 優良顧客の囲い込み実現。
- 5位 (19.2%) 顧客各人の嗜好把握の容易化。

※日経リサーチ『中堅・中小企業向け顧客データベース利用ソフトのプロトタイプ作成』より

2、顧客分析の重要性

◆ 顧客分析の問題点

顧客データベースを構築してきた企業(151社)が、実際に顧客データベースを運用した結果、どのような問題を感じているか。

- 1位 (36.4%) コストや人手がかかりすぎる。
- 1位 (36.4%) システムの変更が容易でない。
- 3位 (35.1%) データ加工・分析が容易でない。
- 4位 (30.5%) 明白な効果が分からない。
- 5位 (27.2%) データ入力が容易でない。

※日経リサーチ『中堅・中小企業向け顧客データベース利用ソフトのプロトタイプ作成』より

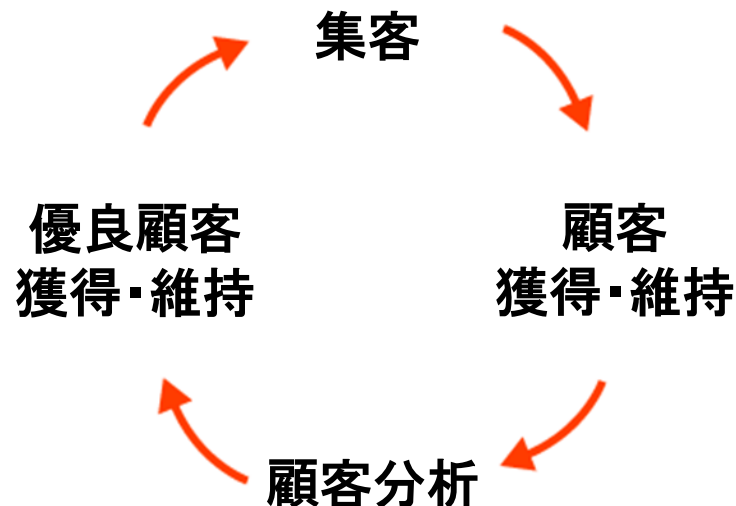
2、顧客分析の重要性

◆ 顧客分析の重要性

既存顧客を維持するコストは、新規顧客を獲得するコストの5分の1で済み、2割の優良顧客が、企業利益の8割合を担っている事から、優良顧客を獲得・維持し続ける事が、店舗運営に求められています。

顧客分析を行う事で、優良顧客の見極め、優良顧客への効果的なアクションが可能になります。

◆ 優良顧客増大サイクル



3、主な製品・サービス

◆ 顧客分析君とは

顧客分析君は、顧客分析のメリットを最大限に引き出し、顧客分析の問題点を最小限に抑える事を目標に開発した、顧客分析ソフトです。
RFM分析、商品の相関関係、お勧め商品を計算することができます。

◆ 顧客分析君2010 Express

顧客分析君を Microsoft SQL Server Express とセットにし、簡単に導入できるようにしたバージョンです。
最大登録件数は50万件までという制限があります。

◆ CSV取込ツール(楽天市場)

顧客分析君2010 Express へ、楽天市場の「通常購入データ」を取り込む為のツールです。



3、主な製品・サービス

◆ 顧客分析成熟度診断

顧客分析君の全機能を活用しているレベルを成熟度100点とし、相対的に各ショップ様の得点が何点になるのか、簡単に診断を行うことが出来るように、顧客分析成熟度診断サービスを設けています。

◆ 診断手順

- 1、店舗担当者に「記入シート」を配布し記入して貰う。
- 2、「採点シート」を元に「結果シート」を記載。
- 3、「結果シート」と、未実施項目のうち実施した方が良い項目の案内を店舗へ郵送、もしくは持参し担当者へ案内。

【顧客分析成熟度診断】記入シート 返信先 FAX: 03-6304-5855

会社名	有効期限	No.1	担当
店舗名	診断者氏名	フリガナ	
送り先住所	〒	e-mail	@

No.	問 題 詳 細	選 択 肢
1	顧客分析君が導入された店舗数はいくらですか？	1. 顧客分析君と併用 2. 併用せず 3. 未導入 4. 未導入かつ 5. 未導入なし
2	顧客分析君について担当が説明が出来るのは？	1. 1名 2. 2名 3. 3名 4. 4名以上 5. 5名以上 6. 6名以上 7. 7名以上 8. 8名以上 9. 9名以上 10. 10名以上
3	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか？	1. 変化した 2. 変化したと見られるが、まだ明確な変化は見えない 3. 変化したと見られるが、まだ明確な変化は見えない 4. 変化したと見られるが、まだ明確な変化は見えない 5. 変化したと見られるが、まだ明確な変化は見えない
4	お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
5	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
6	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. マーケティング 2. マーケティング 3. マーケティング 4. マーケティング 5. マーケティング
7	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. マーケティング 2. マーケティング 3. マーケティング 4. マーケティング 5. マーケティング
8	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
9	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
10	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし

No.	問 題 詳 細	選 択 肢
1	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
2	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
3	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
4	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
5	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
6	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
7	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
8	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
9	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし
10	顧客分析君の導入によって、お客様の購買行動が変化したか、具体的な内容は？	1. 購買 2. 購買 3. 購買 4. 購買 5. 購買なし

【お問い合わせ】 本資料は、お問い合わせ先へお送りする、お申し込みの資料と併せて、下記にご郵送下さい。
 Next systems 〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1 TEL: 03-6304-5855 FAX: 03-6304-5856



4、活用ポイント

◆ 活用ポイント

RFM分析で優良顧客を見極め、お勧め商品を元に優良顧客へ効果的なアクションを行うのがポイントです。

◆ ネットショップでの活用例

- 1、「**関連商品一覧**」画面の結果を元に、商品詳細ページにお勧め商品を掲載する。
- 2、「**顧客詳細**」画面の「**お勧め商品**」にリストアップされている商品のチラシを、注文商品に同梱して発送する。
- 3、「**RFM分析**」画面の各ランクに合わせてキャンペーンを行う。
 - Rランクが中程度の顧客に対し、お勧め商品の案内を行う。
 - Fランクが中程度の顧客に対し、クーポン付きチラシの案内を行う。
 - Mランクが中程度の顧客に対し、プレゼントキャンペーンの案内を行う。

5、事例紹介

◆ 有限会社ダイコンサルティンク

私のお客様(ネットショップ)では、ASP型のショッピングカートと販売管理システムを使われていました。しかし、RFM分析をする機能がないので、顧客分析君にデータを取り込みRFM分析を行い、リピート注文が期待できる客層を抽出して重点的にメルマガなどを配信しています。

そのおかげで、リピート率が3カ月前にくらべて**8%**向上しました。



有限会社ダイコンサルティンク
代表取締役 坂田 岳史 (ITコンサルタント)

関西IT経営応援隊 ベストITサポータ賞受賞

6、パートナーシップ

◆ コンサルティングパートナー

「顧客分析君2010」を活用または選択肢に入れて、ビジネスを展開して頂けるコンサルティング企業様との相乗効果を目指し、パートナーになって頂ける企業・個人様を募集しております。

◆ パートナーへ参加するメリット

- 1、顧客分析君2010 Express の最新版をリリースした際は、1ユーザーライセンス分を、毎回無償でご提供致します。
- 2、パートナー様一覧へ掲載させて頂きます。
- 3、販売パートナーには、格安で製品を卸させて頂きます。
- 4、顧客分析コンサルティングが容易になるドキュメントが公開されている、パートナー専用サイトを利用する事ができます。
- 5、顧客分析君をセミナーでご紹介して頂ける場合、弊社が持つチャネルからも案内を出させて頂きます。
- 6、ユーザーが密接な支援を必要としている場合、ユーザーへご紹介させて頂きます。

7、OEM提供

◆ OEM提供の基本スタンス

ミッションを実現する為には、ITメーカーとして中立であり続ける事が重要だと考えており、中立を維持できる範囲で、OEMのご提供に対応致します。

具体的な範囲は相談ベースで決定させていただきます。

個別のご要望で追加した機能であっても、顧客分析君のメインストリームへ流用するかどうかはメーカーが判断しますので、利用制限のご依頼はお受け出来ません。

また、製造元が Next systems である事を公開させていただきます。

◆ カスタマイズ機能とお見積

- ・名称変更には柔軟に対応します。
- ・機能追加は、メインストリームの範囲内であれば無償で、カスタマイズ機能は見積もった上で、可能な限り無償で対応します。

【名称変更例】

顧客分析君2010 Express ⇒ ○○○○顧客分析

8、参考文献

◆ 江尻 弘 著

- ・日本のデータベース・マーケティング
- ・最新データベース・マーケティング
- ・ビジネス・データベース・マーケティング
- ・事例分析データベース・マーケティング
- ・小売業データベース・マーケティング

◆ 江尻 弘 ご紹介

データベース・マーケティング分野における日本の第一人者。
現在は、株式会社マーケティング・インテリジェンス 会長。