

行動・リスク・収益性の3つの視点から 顧客インテリジェンスを創造する 「SAS Customer Intelligence」

企業に俊敏な判断力を提供する SASのBIプラットフォーム およびソリューション」

今日のビジネス環境において、企業が勝ち抜いていくためには、より迅速な意思決定が必要である。ビジネスデータ分析においてNo.1の実力を誇るSAS Institute Japan（以下、SAS）は、過去のデータから学び、現在のあらゆるデータにアクセスして状況を把握し、未来を的確に予測することで、企業の戦略にフォーカスした視点から顧客行動と利益、調達費用、従業員の定着率、財務状況や内部プロセスなどの動向を見極め、迅速にチャンスを見つけて活かす俊敏なインテリジェンス（知見）と判断力を提供している。SASは真のエンド・トゥ・エンドのBI実現に必要なBIプラットフォームとBIソリューションを一括で提供できる唯一のベンダーである。複数の異なるデータソースやアプリケーションからデータを収集・統合し、分析やレポートを可能にするオープンスタンダードな

コア・アーキテクチャであるBIプラットフォームをインフラ基盤として、主に次のソリューションを提供している。

- ・ **Customer Intelligence** : 企業がもつ顧客経験を有効な価値へと変換し、顧客戦略を最適化するインテリジェントなCRMソリューション。
- ・ **Organizational Intelligence** : 財務や人事、ITといった組織の内部プロセスを最適化し、経営や収益の基盤を大幅に強化するソリューション。
- ・ **Supplier Intelligence** : 購買戦略を最適化して、SCMにおける効率化と利益を最大限に高める次世代SCMソリューション。
- ・ **Enterprise Intelligence** : 数値の後ろに隠された“なぜ”を発見することで、バランス・スコアカードの

実践をサポートするソリューション。

以下では、日々集められる断片的な情報の山から顧客インテリジェンス(カスタマー・インテリジェンス)をつくり出し、これに基づいた「戦略立案」「ターゲティング」「実行」「効果検証」のマーケティングプロセスによって最適な顧客戦略を実現する「SAS Customer Intelligence」について紹介する。

顧客情報を「行動・リスク・収益性」の3つの視点から分析・顧客する「SAS Customer Intelligence」

現在、多くの企業では、厳しい収益目標の達成が求められている状況の中、「最優良顧客は誰か」、「最優良顧客を保持するためには何をすべきか」、「どのようにして新たな優良顧客を獲得していくか」、「どうすれば全ての顧客の利益率を上げられるのか」などの課題への対応が、これまで以上に重要になっている。これらの課題を解決するためには、膨大な顧客情報からビジネスに役立つインテリジェンスを創造し、業務に適用させながら、その効果を測定していくことが不可欠である。SASでは、このインテ

SAS Marketing Automationの採用により、実行結果からノウハウ獲得し、次のPDCサイクルを改善するスパイラルアプローチが可能になる。
IT側では、キャンペーン毎に発生する、予測モデル・レスポンスデータ取込・レポートの追加/修正に、ノンプログラミングで対応可能な情報基盤として、SASが活用されている。



図1 SASが実現するマーケティング

リジェンスを「カスタマー・インテリジェンス」と定義し、これに基づいた「戦略立案」、「ターゲティング」、「実行」、「効果検証」を実現する「SAS Customer Intelligence」(以下、CI)を提供している。

CIは、コア・ツールである「SAS Marketing Automation」により、より高度な顧客戦略の構築・実行と顧客の利益率の最大化に必要な情報を引き出し、顧客インテリジェンスを創造していく。SAS Marketing Automationは、SASのBIプラットフォームを基盤に、優れた分析系CRMテクノロジーを、豊富な実績を誇るSASのノウハウと技術、サービスとともに提供することで、Webを含む全てのチャンネルに存在する顧客情報を、「行動」、「リスク」、「収益性」の3つに視点から分析し、顧客を理解していく。また、これまで活用されることのなかった情報の中からも、顧客に関わる問題への解決法を引き出すことで、次のような

効果をもたらし、企業に迅速で測定可能な価値を生み出していく。

- ・信頼性と価値の高い顧客インテリジェンスの創造
- ・顧客全体を見渡せるビューの獲得
- ・マーケティングキャンペーンの成果の最大化
- ・顧客獲得率および保持率の向上
- ・既存のIT投資の活用
- ・持続可能な競争優位性の確立

そしてCIは、SAS Marketing Automationが創造した顧客インテリジェンスをベースとした包括的なCRMプロセスを形成する「戦略立案」、「ターゲティング」、「実行」、「効果検証」を確立していく。

・**戦略立案**：市場機会に合わせて投資とリソースを整備するための戦略を立案する。

・**ターゲティング**：最大の利益を生み出すことのできる適切な顧客、適切なチャンネル、適切なタイミングを決定する。

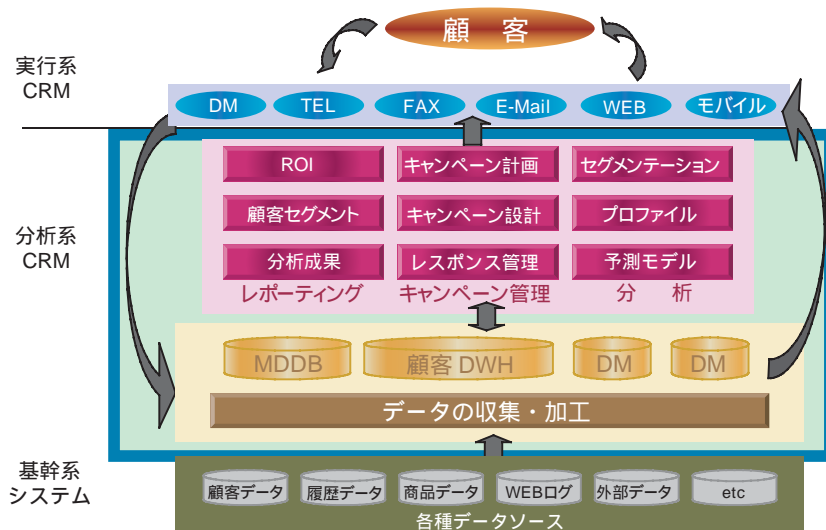


図2 SAS Marketing Automationの概念図



SAS Institute Japan(株) 営業本部
Special Project室 部長
新井 達也氏

・**実行**：マーケティングの目標を達成するための効果的なキャンペーンを実現する。

・**効果検証**：キャンペーンの効果を測定し、その結果を立案段階へフィードバックすることで、企業の素早い行動と軌道修正を実現する。

CIのメリットについて、SAS Institute Japan(株) Special Project室の新井達也部長は、次のように語っている。

「CIは、的をしぼった顧客戦略の立案にはじまり、優良な潜在顧客のターゲティング、効率的なキャンペーン管理、各顧客とのインターアクションの検証といったCRMから、最大限の利益を引き出すための強力な機能を提供します。これらの機能により、最適な顧客戦略が可能となり、新規顧客の獲得や顧客の維持、追加販売などが確実に実現できるようになります。」

●お問い合わせ先

SAS Institute Japan 株式会社
マーケティング本部
TEL：03-3533-3780
URL：www.sas.com/japan/