

報道関係各位

2020年2月19日
株式会社クロス・マーケティング

企業のビッグデータ活用に向けたCRM分析支援サービス

「カスタマージャーニー型データ分析」の提供開始

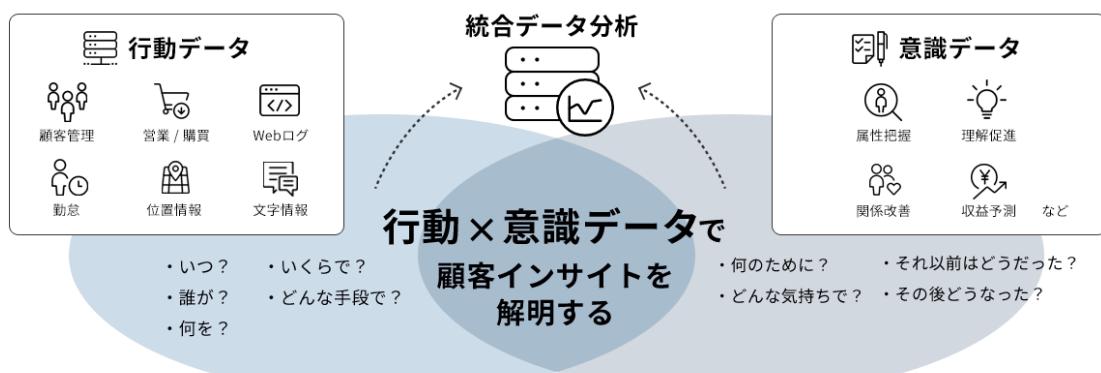
～『顧客軸』かつ『時系列』の分析でOne to Oneマーケティング施策の実現を後押し～

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区 代表取締役社長：五十嵐 幹）は、企業のビッグデータ活用に向けたCRM分析支援サービス「カスタマージャーニー型データ分析」の提供を2020年2月より開始しました。

ビッグデータに関する注目が集まる昨今、個々の顧客により深く焦点をあてたOne to Oneマーケティングの実現を目指して、社内外に点在するデータの収集・棚卸しに取り組む企業が増えてきました。しかし、膨大な量のデータを処理するための環境づくりや、形式の異なるデータを統合するためのナレッジといったハードルがあるため、実際に十分な分析や施策の運用を行っている企業は多くありません。

当社が新たに提供する「カスタマージャーニー型データ分析」は、こうした顧客理解を目的とする企業のビッグデータ活用の課題に対し、フルカスタマイズでサポートするサービスです。社内外に点在する顧客データを時系列に統合・整理し、マクロ視点とミクロ視点で意識データ×行動データを統合的に分析。戦略セグメントのリアルな顧客像の解明に加え、Life Time Valueの算出や収益改善のシミュレーション、テストマーケティングを通じたOne to Oneの施策実行まで一貫して支援します。

「カスタマージャーニー型データ分析」の最大の強みは、行動×意識データの掛け合わせから、顧客のインサイト解明を目指す点にあります。行動データを時系列化することで、一人一人の顧客の歴史の把握が可能です。一方、行動データの分析だけでは、その背景である“意識”＝“課題”が分からず、顧客に響く施策の検討ができません。本サービスでは、お客様の社内に眠ったデータ分析の支援を基本としつつ、当社がマーケティングリサーチ企業として長年培ってきたアスキングによる意識データの取得と掛け合わせ、より精度の高いOne to Oneのマーケティング施策の実現を目指します。

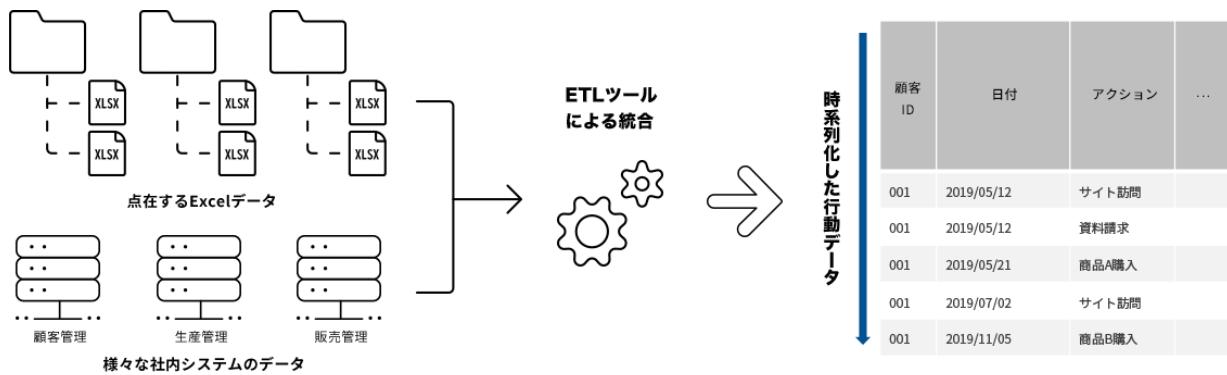


今後も当社は、さまざまな手法を取り入れながら、お客様のマーケティングパートナーとして、ニーズに適したマーケティングリサーチ、マーケティングソリューションを提供していきます。

■ 「カスタマージャーニー型データ分析」の概要

1) カスタマージャーニー型データへの変換

プロジェクトの最初にさまざまな形式のデータをまとめて読み込み、ETLツールにて「カスタマージャーニー型データ」に変換します。この処理を行う上で、データの構造上の問題を洗い出し、適切な補正処理も行っています。



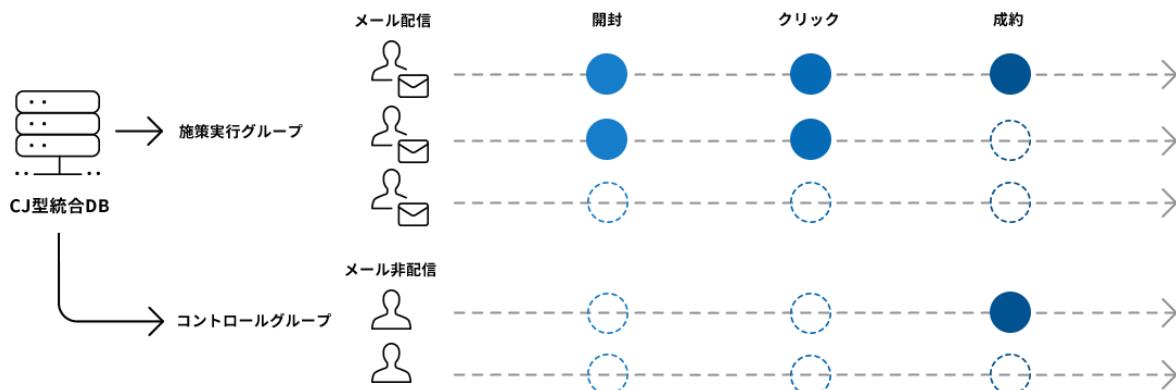
2) アスキングによって顧客と課題を具体化

行動データのみでは、データの存在しない休眠期間に何があったか分からぬという限界があります。フラグ化した顧客の心理面での違いをアスキングによって捉え、顧客を具体化していきます。“個票”に紐づけて生の声を聴取することで、課題が明らかになります。



3) 統合データによる踏み込んだテストマーケティング

テストマーケティングで施策の採用可否の判断を行う際、施策を行わない「コントロールグループ」を設け、施策実行グループと比較・検証を行います。開封率やクリック率といったKPIは、複数のメール間の比較に留まることが多いため、顧客ごとの過去の状況を整理できる本分析では、施策により態度変容が起こったかどうかまで踏み込んで検証をします。



◆サービスの詳細はこちら https://www.cross-m.co.jp/data_marketing/cjt_data_analysis/

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿 3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

■本サービスに関するお問い合わせ先

株式会社クロス・マーケティンググループ 担当: 中村 (なかむら)
 TEL : 03-6859-2254 E-mail : sales-inq@cross-m.co.jp

■本リリースに関するお問い合わせ先

マーケティング本部 コミュニケーション推進室
 TEL : 03-6859-1192 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp