

マーケティング最適化ソリューションにより ROIの改善を促進

自動車メーカーは、毎回その施策における成果を示すことが求められています。従って、マーケティングによって潜在需要を特定、捕捉及び開拓し、売上と利益を拡大することが重要となります。

さらに自動車メーカーは、施策の効果を証明するために、施策結果を評価する適切なツールを導入する必要があります。アーバン・サイエンスのマーケティング最適化ソリューションには以下を含む全てが統合されています：

データベース
及び施策管理

顧客ターゲティング
及びセグメンテーション

キャンペーン分析
及びレポート

キャンペーン最適化

自動車業界及びデータ分析で培ったノウハウにより、アーバン・サイエンスはユーザーに実績あるソリューションを提供できる、業界をリードする存在となりました。私どもはパフォーマンスを客観的に評価かつ分析し、データから実用的な知見を導きだし、ROIの向上を可能にする信頼のおけるサード・パーティです。

▶ マーケティングにおける課題に 正面から取り組む：

- 正確なデータの保証と、顧客の嗜好に合わせた対応を優先
- 最も購買の期待できる見込み顧客の特定
- 詳細な顧客メーリング・リストにより、強力なマーケティング・キャンペーンを実施
- マーケティング・リソースを投入すべき地理的エリアを特定

▶ 実用的な知見による販売機会の 捕捉：

- 企業及びディーラー・レベルでマーケティング・パフォーマンスを分析
- パフォーマンスの監視、客観的なレポートの出力及びマーケティング戦略を強化する方法の特定
- マーケティング・キャンペーンの成果を最大化
- ROIの向上

▶ マーケティングへの 投資対効果を最大限に。

詳細については urbanscience.jp
をご覧ください



優良顧客の特定、確保 及び育成

データベース及びキャンペーン施策管理

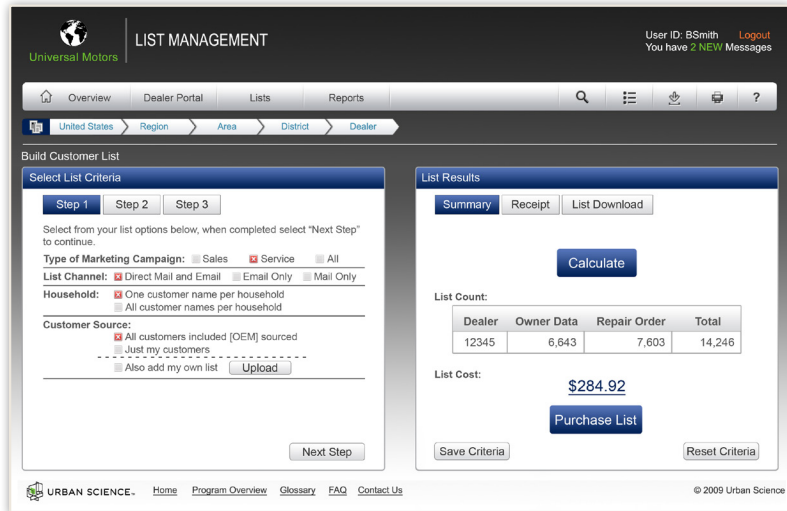
効果的なキャンペーンを実施するには、その内容が、適切な見込み顧客及び顧客に、適切なタイミングで伝わらなければなりません。データベース及びキャンペーン施策管理ソリューションは、こうした目的を的確に達成します。

データベース管理

顧客データを標準化、クレンジング及び拡張します。顧客の嗜好を管理し、購買及びサービス履歴だけではなく、廃車/下取りやクロス・セル行動まで監視・記録します。

キャンペーン施策管理

ディーラーの販売データ及びサービス・データと自動車メーカーのデータを組み合わせ、24時間アクセス可能な役割ベースのポータル・サイトによって、顧客の嗜好を重視しながら、フィールド・スタッフ、ディーラー及び自動車メーカーが最も正確な情報にアクセスできるようにします。独自のビジネス・ルールを適用しておりソリューションをカスタマイズし、施策対象者として適切な顧客を適切なタイミングで絞り込みます。このソリューションは顧客のキャンペーンにおけるリアクションを追跡し、ディーラーに対して拡張データ分の料金を請求する費用回収オプションも備えています。



最新の販売及びサービス データを活用し、独自の施策対象者リストを簡単に作成できます。

ターゲティング、セグメンテーション 及びキャンペーン分析

ターゲティング、セグメンテーション及びキャンペーン分析は、顧客データからキャンペーンの採算性を向上させる実用的な知見を導きだします。例えば、最も高い確立でレスポンスが見込まれ、顧客単価もより高いであろう顧客に焦点を絞ることができます。

ターゲティング

アーバン・サイエンスの実績ある自社開発ソフトで、優れた成果を挙げ続けているデータ・マイニング・ソフトウェアであるGainSmarts®により、市場に投入された時点において顧客が最も求めていると思われる製品やサービスを特定する独自のモデルを開発し、さらに顧客を引きつけるために必要な最適のインセンティブ・リソースを確定します。

セグメンテーション 及びプロファイリング

予測モデルはターゲットとすべき顧客を特定しますが、どのようなメッセージをそのターゲットに送れば良いかに関しての知見は与えてくれません。セグメンテーション及びプロファイリングは、従来の属性ベースの顧客セグメントに顧客の行動に基づくセグメンテーション結果を重ねることにより、顧客の真の姿を描き出します。これは効果的な個別対応戦略の基盤となります。

キャンペーン分析 及びレポート

ディーラー、フィールド・スタッフ及び企業ユーザーに対するKPIを特定することにより、成約率を向上させ売上げを拡大します。KPIは、何時でも、何処においても必要に応じて参照することができます。オンラインで役割ベースのレポート・ソリューションを通じて豊富な情報にアクセスすることができます。

キャンペーン最適化

詳細な顧客データや自動車メーカーのディーラー・ネットワークからもたらされる情報を活用して独自性の高いキャンペーン・パフォーマンス分析を行い、特定の販売機会に対するマーケティング・コストの配分状況の是正、予算の最適化、ROIの拡大などを含む、改善の余地のある分野を特定します。

担当者の連絡先

小林 謙一 | Kenichi Kobayashi
シニア・コンサルタント
kkobayashi@urbanscience.com
+81 (0)3 6860 4855