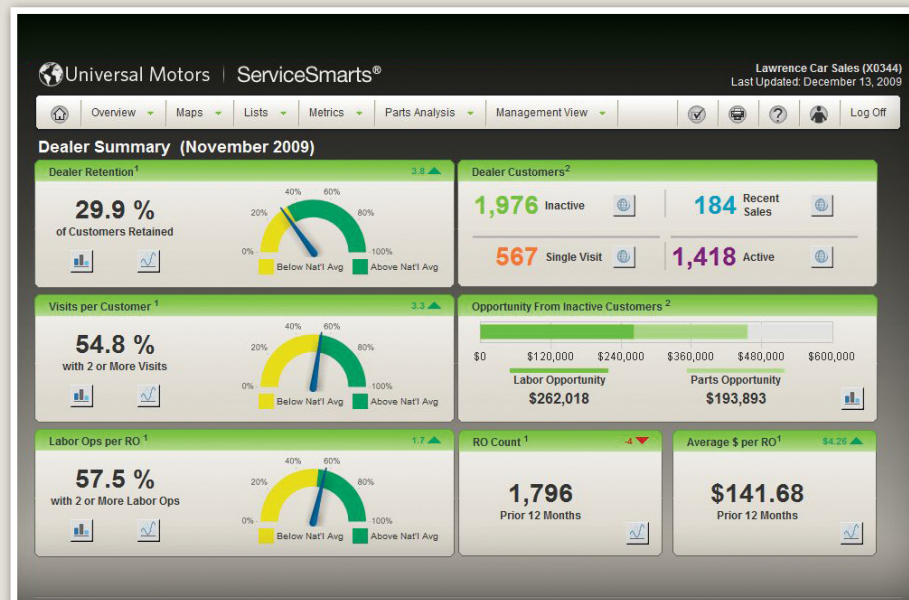


# ServiceSmartsで サービスの販売機会を 最大限に活かす

ServiceSmartsによりディーラーの採算性の改善に着手することができます。本ソリューションは総合的な販売分析ツールであり、有償のパーツやサービス販売機会を特定し、ビジネスにつなげることができます。ServiceSmartsがあれば、激しい競争環境下においてもパフォーマンスの比較、強みや弱みの評価及び効果的なマーケティング・キャンペーンの設計が可能になります。



ServiceSmartsはインタラクティブなダッシュボードを備えており、メーカーやディーラーは、リアルタイムで現状把握が可能となります。

## 修理依頼データの 隠された力を引き出す：

- 修理依頼データを統合、クレンジング、及び検証し、使いやすく質の高いデータを作成
- 設定されたPMA (Primary Market Area) 単位でサービス販売データを評価
- サービス販売データに基づくディーラー・グループを設定し、そのパフォーマンスを基準として各ディーラーのパフォーマンスを評価し、その強みと更なる販売機会の余地を特定

## 販売機会を捉える 実用的な知見を引き出す：

- 各ディーラーのサービス販売パフォーマンスを分析
- 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・キャンペーンを展開
- 集中してマーケティング・リソースを投入すべき地理的エリアを特定
- ROIの試算

ServiceSmartsでディーラーのサービス提供力を強化する。  
[urbanscience.jp](http://urbanscience.jp) でデモを見る

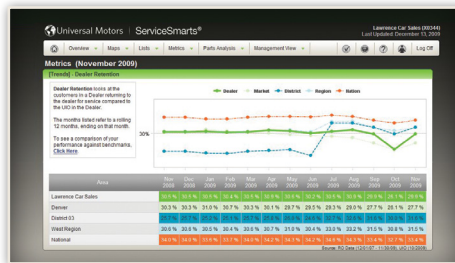
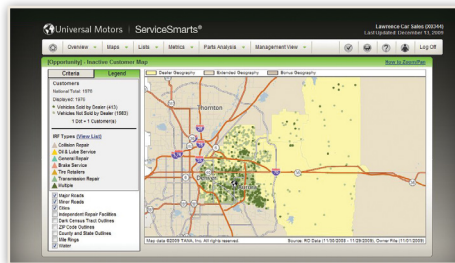
# ServiceSmartsがもたらす主なメリット

継続的なパフォーマンス監視により、ビジネスを軌道に乗せ続ける

ServiceSmartsはお客様のデータを蓄積・分析し、マップ、図表、グラフなどが十分に活用された分かりやすいレポートを作成します。ディーラーのパフォーマンスを全国、地域及びマーケット平均と比較することにより、ディーラーの強みや弱みを評価することができます。

パフォーマンス測定評価により、チャートやマップ等が提供されます：

- ディーラーのリテンション傾向と分析
- 顧客来店傾向と分析
- 修理依頼毎の所要工数
- サービス・ライターのパフォーマンス・レポート
- 活性顧客のリスト及び分布マップ
- 修理依頼の詳細

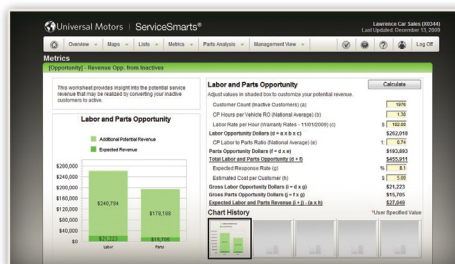
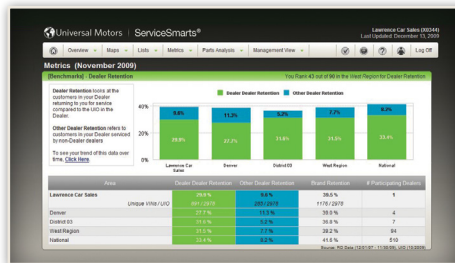


販売機会のターゲティングにより、競合優位性を得る

ServiceSmartsは、有償サービスの販売機会に関するレポートだけでなく、その機会を捉えるサポートも行います。顧客を、市区町村などのレベルで施策対象別グループにセグメント化することも可能です。顧客セグメントはマップ上にその分布が表示され、メール・リスト化されて、クリック1回でフルフィルメント・ベンダーへと送信されます。

販売機会ターゲティングでは以下のような重要な指標に基づいて顧客セグメンテーションを行います：

- 休眠 / 活性及び来店回数
- 工賃及びパーツ販売による収益機会
- 販売機会が集中して発生しているホット・スポット分析
- 自動車購買時期の直近性



ServiceSmartsでは、24時間オンラインで情報にアクセスできます。更に利用者固有のニーズに合わせてシステムを設定することができます。その他の主な機能は以下の通りです：

- 視覚的情報を多く盛り込んだ、分かりやすいデータ・ダッシュボードや、チャートなどを多用したディスプレイ
- 豊富な情報を提供するインタラクティブなシステムにより、データの様々なレベルにおけるドリル・ダウンが可能
- 一貫性のある指標算出プロセスに基づく、客観的なパフォーマンス評価
- 役割ベースのセキュリティ・プロトコルにより、担当やセキュリティ権限に基づいた情報のみをユーザーに提示

## ユーザーの声

「私たちの地域担当者や経営陣、そして私自身、ServiceSmartsに100%満足しています。このプログラムは素晴らしく、当社のディーラーもその明快さや利便性を認めています」

John Crowe, Kia Motors America サービス担当バイス・プレジデント

## 担当者の連絡先

内藤 征吾 | Shogo Naito  
プロジェクト・マネジャー  
snaito@urbanscience.com  
+81 (0)3 6860 4855

