



Visualize **YOUR** World

Data Analytics 2017 Tour

マーケティング分野における データ分析・利活用の課題と対策



マーケティング分野における データ分析・利活用の課題と対策

■ マーケティング分野のデータ分析 課題・対策

■ Qlik事例 ビッグデータを営業現場で活用! ～QlikViewで成果を高めるデータドリブンマーケティング～

株式会社レオパレス21
賃貸事業部
営業企画推進部 WEBマーケティング課
課長代理
大谷 和郎 氏

株式会社アイ・エム・ジェイ
Marketing Platform第1本部
Platform Integration部
Data Visualization Unit
シニアコンサルタント
清嶋 淑也 氏

71% のマーケターが
挙げた最大の挑戦とは？



71% のマーケターが 挙げた最大の挑戦とは？

マーケティング活動の ROIを証明すること

HubSpot 【2015年State of Inbound Report】
201名以上の従業員規模の企業に所属するマーケター
<https://blog.hubspot.jp/8-of-the-top-marketing-challenges-marketers-face>



マーケティングROIを
向上する為には？



マーケティング・データ: 最も素晴らしい再生可能資源



“高度に分析的なマーケティング部門を持つ組織の平均売上高は前年比で13%増加し、データ・ドリブン型ではない組織よりも44%向上しました。” - Peter Krensky, Aberdeen Group

Krensky, Peter. "Marketing Analytics: The ROI of Insight and the Advantage of the Cloud," Aberdeen Group: Boston, October 2015.
Web. http://v1.aberdeen.com/launch/report/research_report/11140-RR-marketing-analytics-cloud.asp

どのようにすれば、 マーケティングROIが高められるか？

現在の売れ筋
製品は何か？

重要な顧客のデモグラ
フィックは？

最も利益率の高い 顧
客セグメントは？

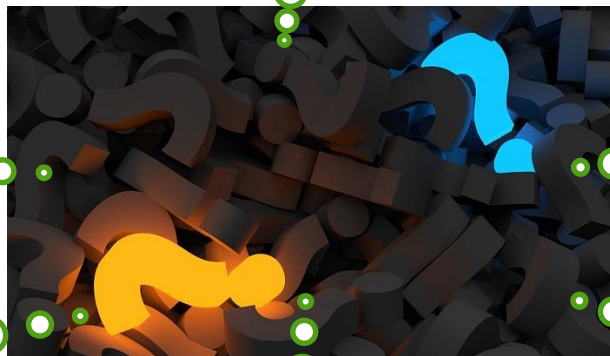
ROIが低いキャンペ
ーンはどれか？

季節性に基づく
最良の製品
ミックスは？

プロモーションの適切なタ
イミングは？

プロモーションの反響が大き
いチャネルは？

値引きやプロモーションで
売上予測はどの 程度変
化するか？



ビジネス部門の様々な疑問・仮説に答える 思考スピードのデータ分析

ストーリーの全容を解き明かす

Qlik® を使うと、ビジュアライゼーション、ダッシュボード、アプリを作成して、企業の最も重要な疑問に対する答えを見つけることができます。今すぐ、データに潜むストーリーの全容を解き明かしましょう。

Qlik

連想技術による思考スピードのデータ分析

✓ 多様なデータを直接取込



✓ データモデルの集中管理
一貫性・信頼性を担保



✓ 柔軟な権限設定
データガバナンス確保

✓ ビッグデータをインメモリに展開
連想技術で思考スピードでの分析
販売分析



マーケティング分析



サプライチェーン



財務分析



レポート配信



プレゼンテーション



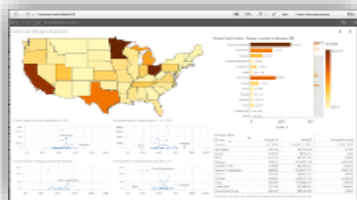
Qlik

連想技術による思考スピードのデータ分析

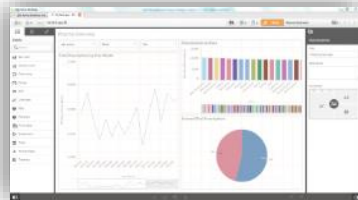
- データに潜むストーリーを導出するBIプラットフォームを提供
- 世界100カ国以上 45,000 社以上のお客様がご利用
- ガートナー MQ BI・Analytics部門 7年連続「リーダー」格付け

いつでも、だれでも、どこでも利用できるBI・Analyticsプラットフォーム

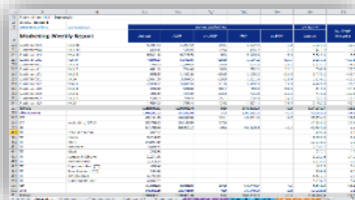
ガイドド・
アナリティックス



セルフサービス
データ可視化



レポーティング
コラボレーション



組み込み型
アナリティックス



Webアプリ
カスタマイズ



Qlik による マーケティング分析 ユースケース



Qlik

マーケティング分析 ユースケース

マーケティング戦略・戦術 立案から実行まで

マクロ分析

PEST分析

5 Forces分析

3C分析

市場選定

セグメンテーション

ターゲティング

ポジショニング

マーケティング施策立案

カスタマージャーニー

マーケティングミックス

実行・管理

Demand Waterfalls

データ分析

販売分析

RFM分析

バスケット分析

チャネル分析

価格戦略

カスタマーセグメンテーション

キャンペーン パフォーマンス分析

Web/SNS解析

パイプライン管理

Qlik マーケティング分析

市場機会の発見からキャンペーン実行まで

RFM分析



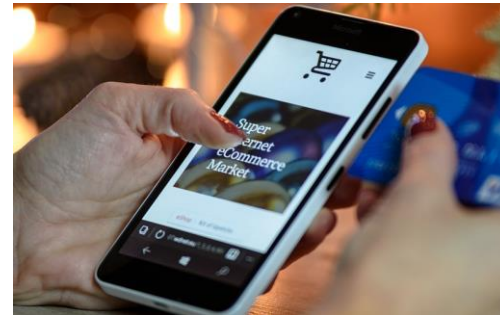
最終購買日、購入頻度、
購入金額でターゲット顧
客の選出へ

バスケット分析



同時購入された商品を
分析し、販売機会の再
発見へ

キャンペーン分析



キャンペーンの実行結果
としてKPI /KGIを確認す
る

RFM分析

最終購買日、購入頻度、購入金額でターゲット顧客の選出へ

R



最終購入日

F



購入回数

M



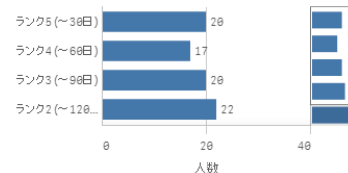
購入金額

RFM分析

店舗名

横浜店
大阪店
東京店
福岡店
名古屋店

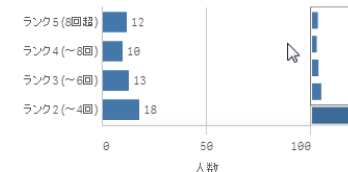
R(最終購入日)



商品

飲料水
菓子類
酒類
食品
調味料
肉類
麺類

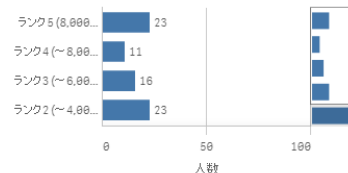
F(購入頻度)



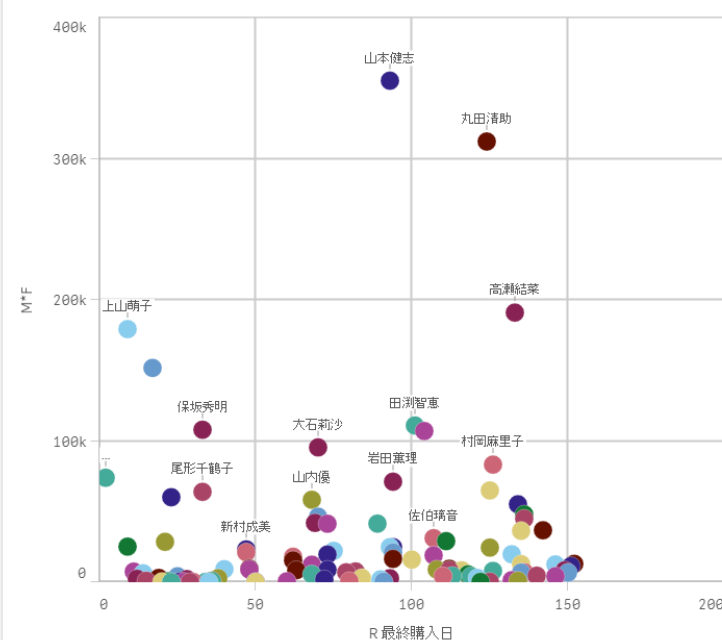
都道府県

愛知県
愛媛県
茨城県
岡山県

M(購入金額)

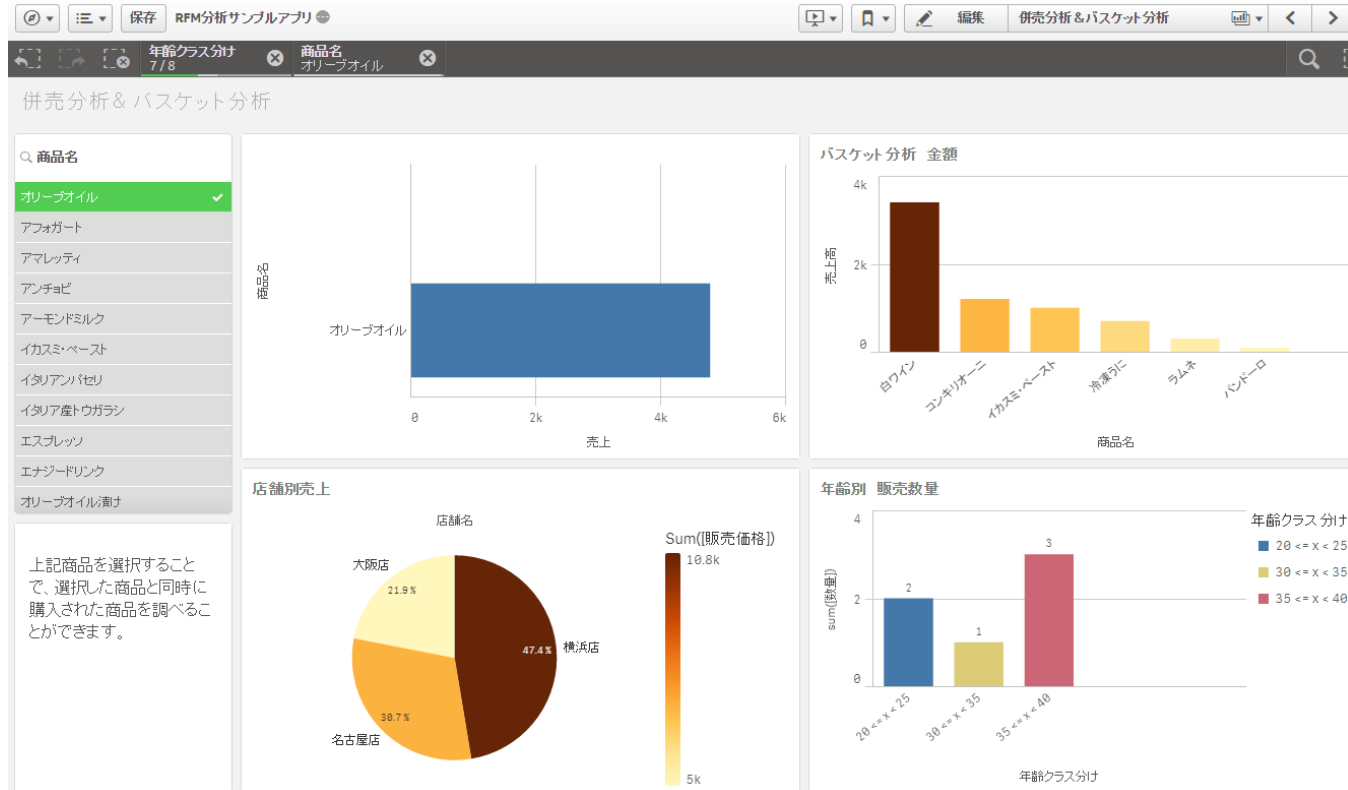


M*F vs 最終購入日



バスケット分析

同時購入された商品进行分析し、販売機会の再発見へ



キャンペーン分析

キャンペーンの実行結果としてKPI /KGIを確認する

リード ダッシュボード



#新規リード

6,011

-7.6% (対前期比)



コンバージョン率

10.3%

10.1% (対前期比)



パイプライン創出率

\$40.2M

-7.5% (対前期比)



ユニークな訪問者

1.44M

-7.7% (対前期比)

キャンペーン方法

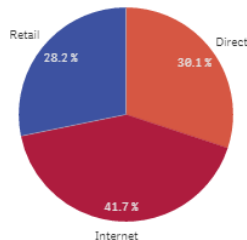
キャンペーンの目的

対象市場

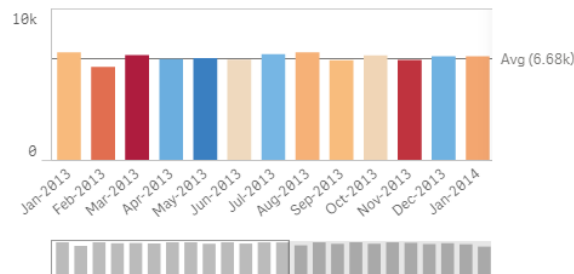
キャンペーン方法

担当部署

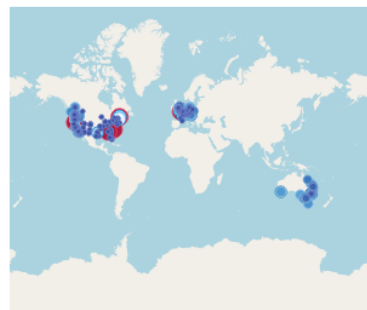
チャネルごとのリード (今期)



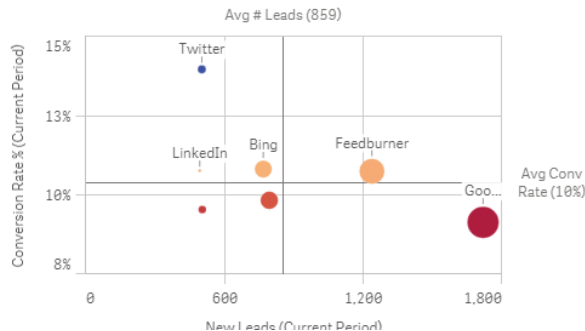
リード コンバージョンの推移



地域ごとのリード数



リード vs. コンバージョン (参照元別) (今期)

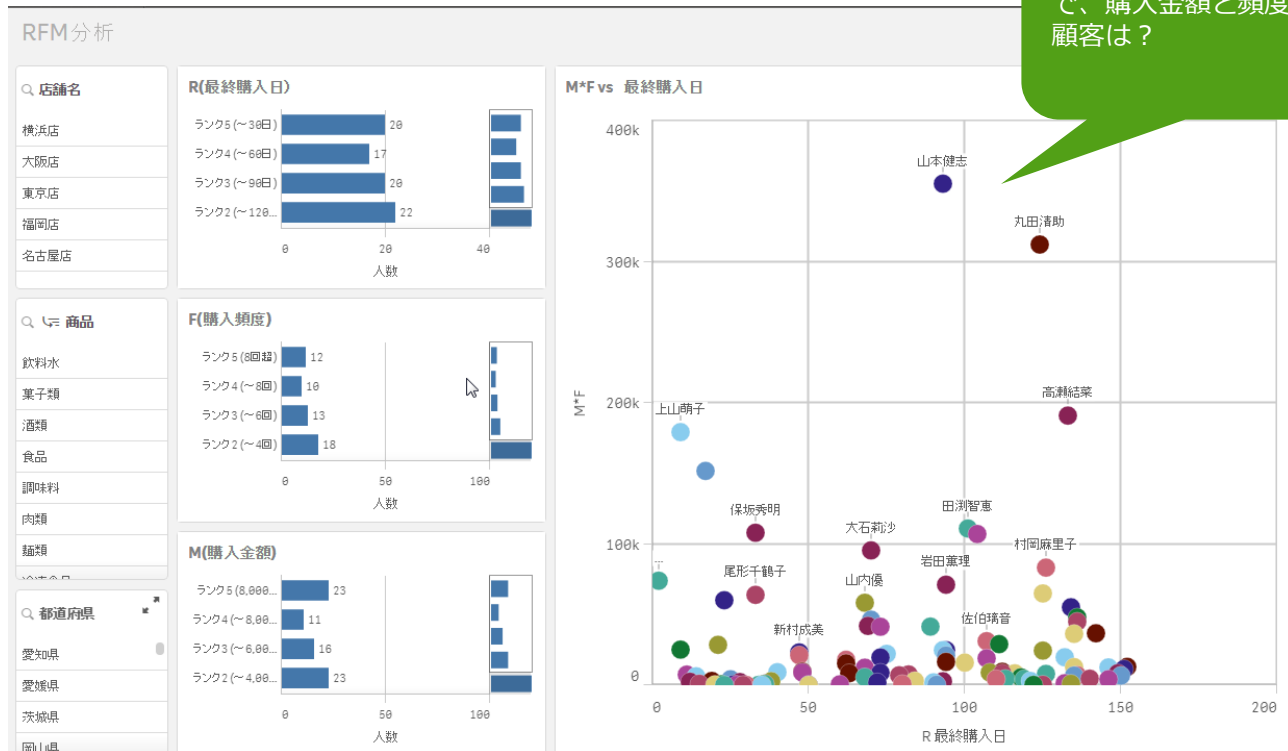




ご参考：画面イメージ

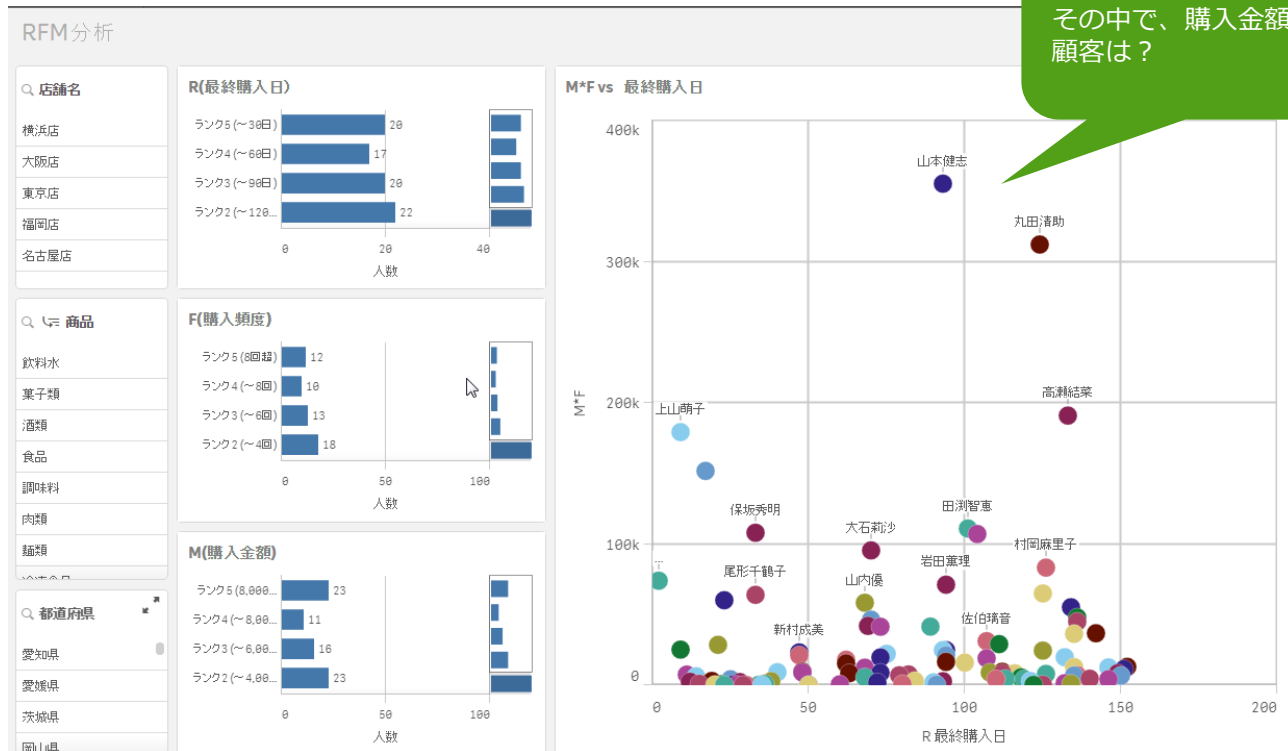
RFM分析

最終購入日が100日以上前で、購入金額と頻度が高い顧客は？



RFM分析

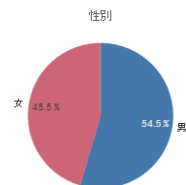
最終購入日が120日以上前の顧客は？
その中で、購入金額が高い顧客は？



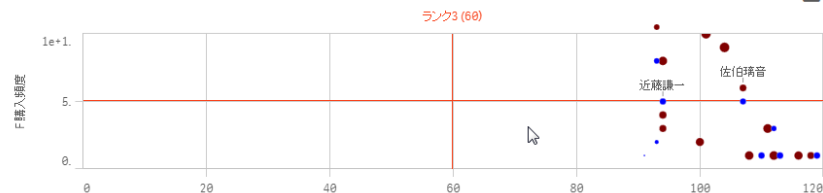
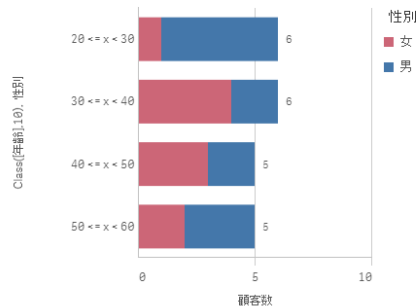
RFM分析

顧客リスト

性別 顧客数



年代別顧客数

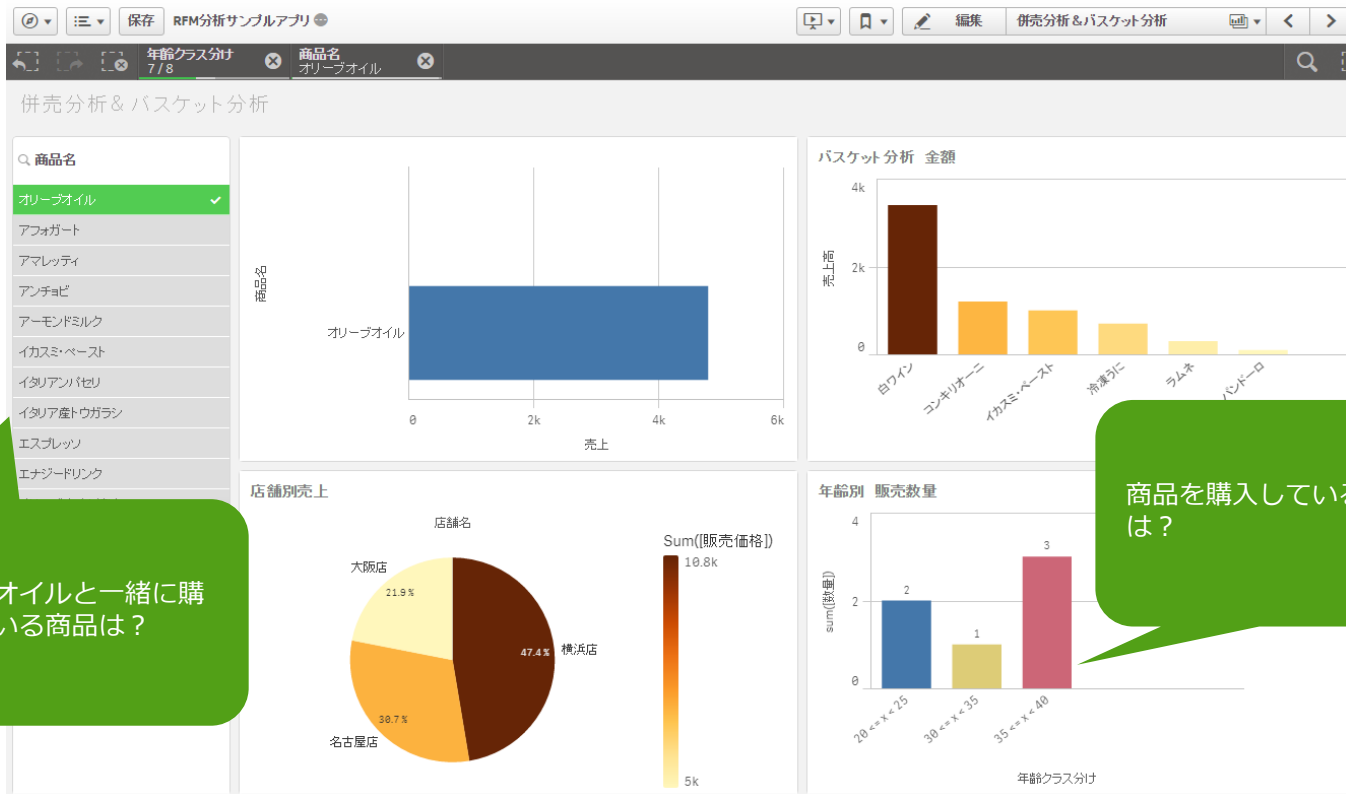


顧客リスト

顧客コード	顧客名	性別	RFM	RFM	RFM	RFM	RFM
2	高島利奈	女	22	8000	2	2	
28	千葉晴雄	男	28	5500	3	3	
29	結城望	女	47	5200	6	2	
30	浜口総一郎	男	42	2800	3	3	
31	豊田恒男	男	41	1400	2	2	
32	平沢浩一	男	36	3800	5	2	
33	佐伯晴音	女					
34	稲谷俊哉	男					
35	浜野真琴	女					
36	五十嵐真紀	女					

対象顧客を絞り込んで、キャンペーン用の顧客リストを一覧に。
年代や性別情報もあわせて表示。

バスケット分析



オリーブオイルと一緒に購入されている商品は？

商品を購入している年齢層は？

キャンペーン分析

リード ダッシュボード



#新規リード

6,011

-7.6% (対前期比)



コンバージョン率

10.3%

10.1% (対前期比)



パイプライン創出率

\$40.2M

-7.5% (対前期比)



ユニークな訪問者

1.44M

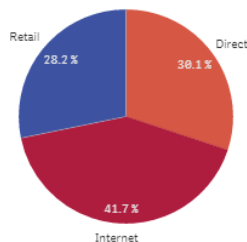
-7.7% (対前期比)

キャンペーン方法

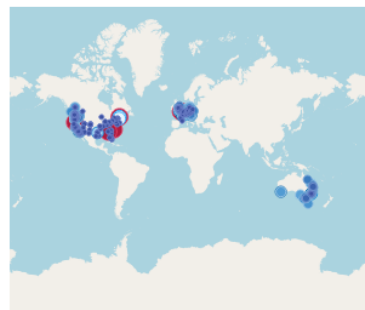
キャンペーンの目的

対象市場

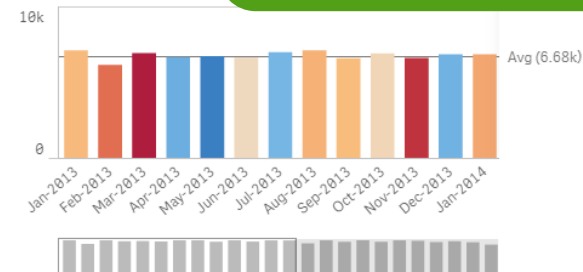
チャネルごとのリード (今期)



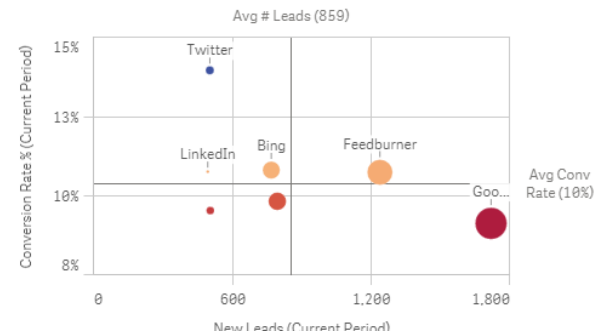
地域ごとのリード数



リード コンバージョン率推移



リード vs. コンバージョン (参照元別) (今期)



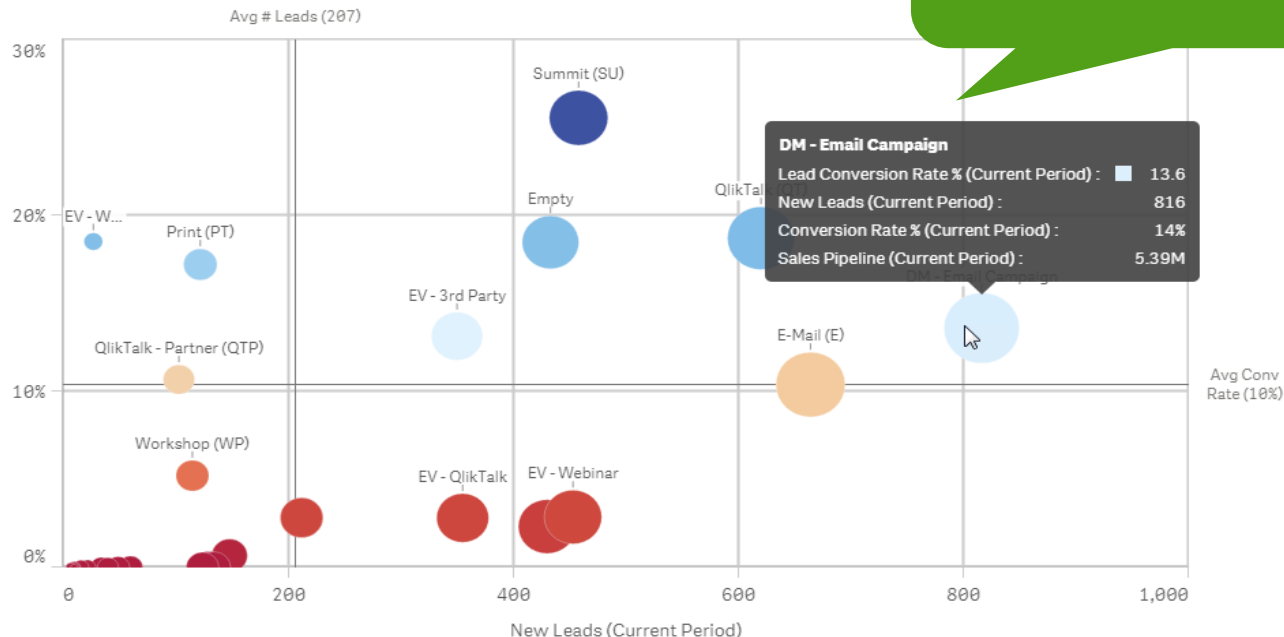
リード・マネージメントに関するKPIを、地域、キャンペーン情報（方法、目的、対象市場、担当部署など）の切り口で分析

キャンペーン分析



キャンペーンプロフィール

リード vs. コンバージョン (キャンペーン方法)



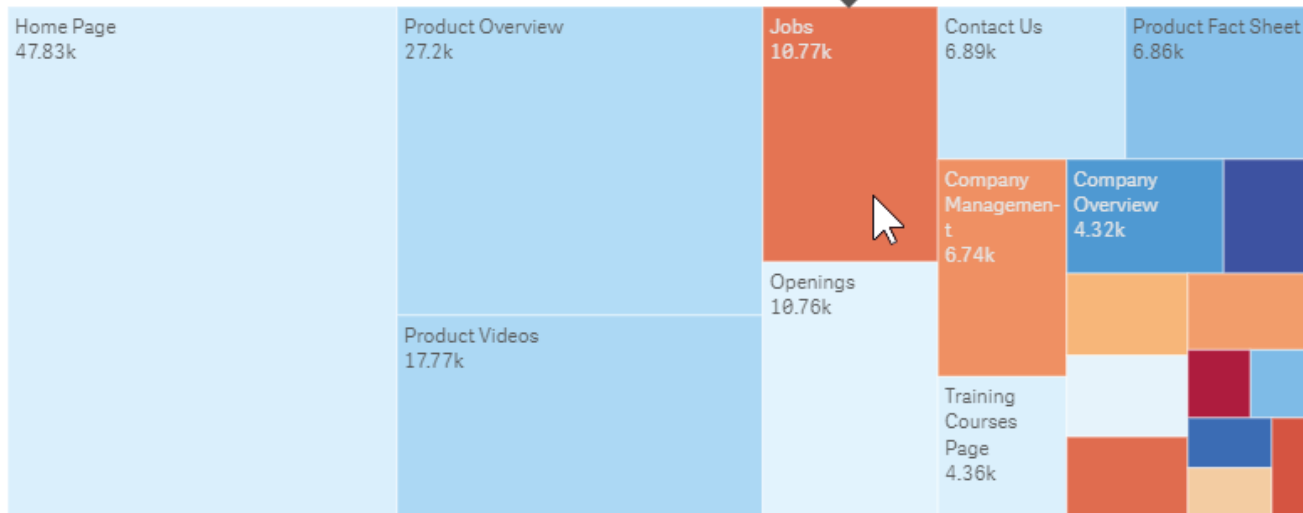
新規リードの獲得リード数が多く、コンバージョンレートの高いキャンペーン方法は？
パイプライン創出額は？

キャンペーン分析

Web pageごとのリード取得率は？
Jobsのページの取得率を向上するための施策は？

Top Site Pages *

* colored by Lead Conversion Rate %



Jobs

Lead Conversion Rate % : 9.46

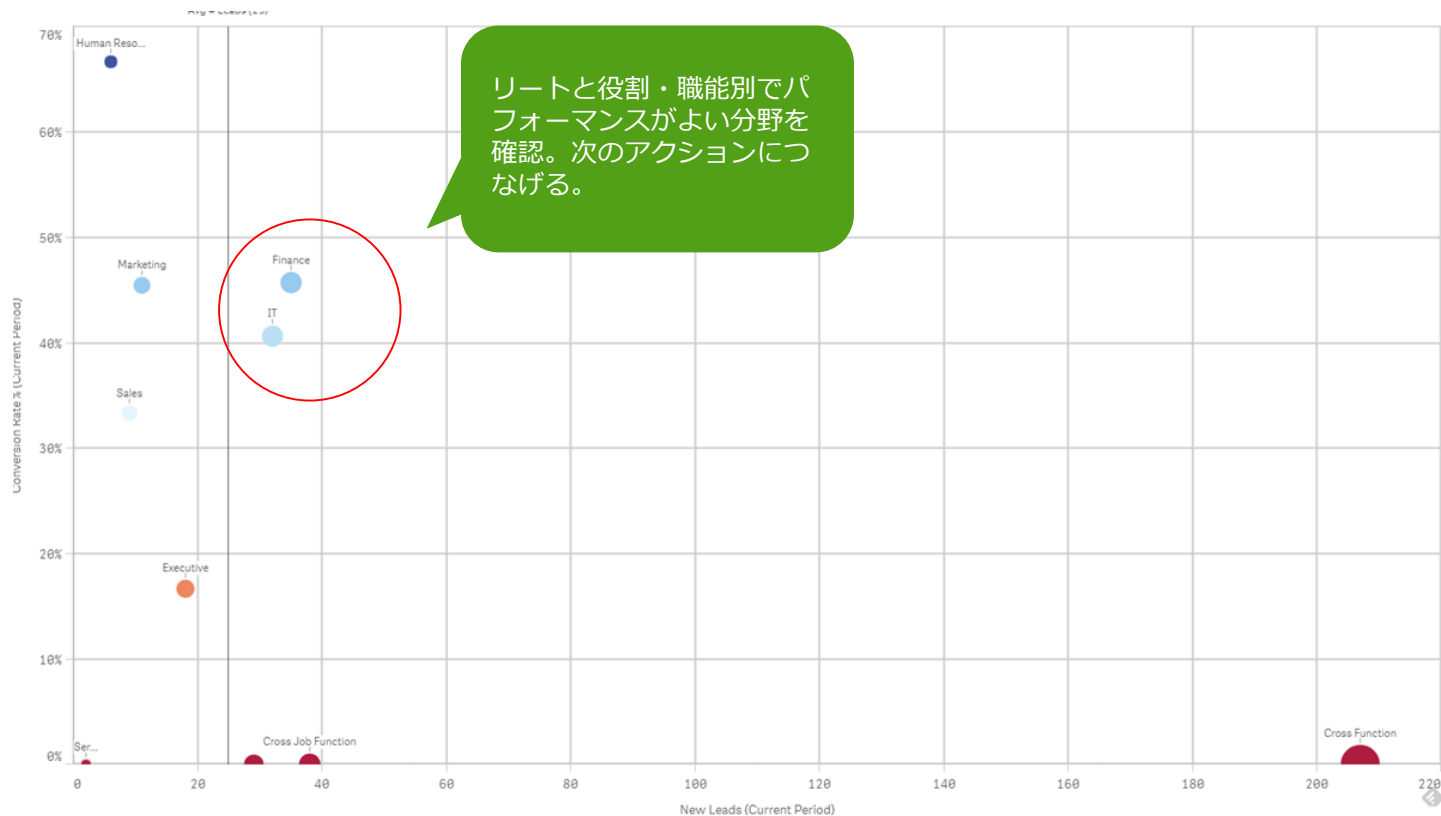
Marketing Leads : 10.77k

* データセットには、本チャートに表示できない色の値またはゼロ値が含まれています。

Web Traffic that Turn into Leads by Campaign

* bubbles sized by Number of Leads and colored by Lead Conversion Rate %

キャンペーン分析



マーケティング分野 Qlik採用事例



ARC'TERYX

- 経営幹部に対して、各店舗の販売状況を可視化
- 人口・GDP・気候等の外部データを分析に活用し、出店場所の決定



- 4000万人の利用者、ゲーム生成データ日次20億行のデータ分析
- プレイヤー数、プレイ時間数、ユーザ当たりの1日の平均売上、2日連続の顧客維持率などの顧客行動の可視化を含め100種類の分析



- 約1,800の加盟店・チェーンへの支援として、POSデータに基づく、消費行動の分析、併売情報分析を提供
- 「夏の商品の販促を少し早めの4月に実施し、全体消費を底上げ」

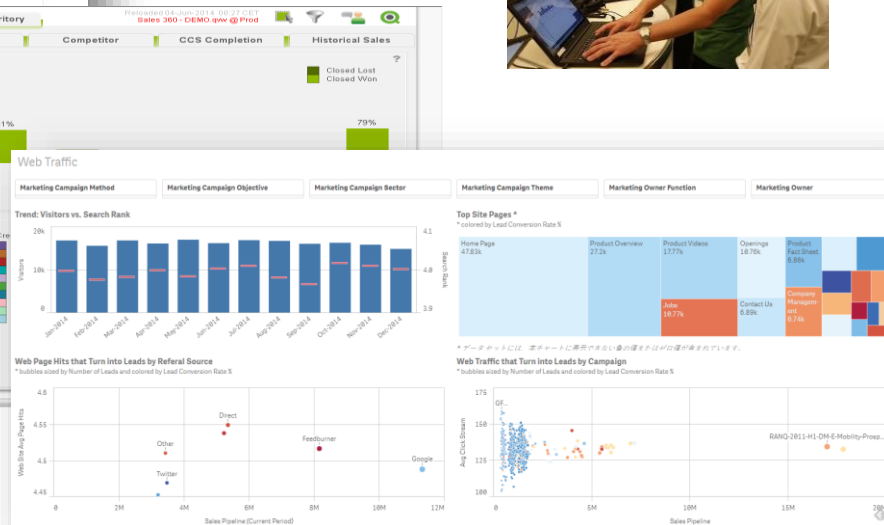
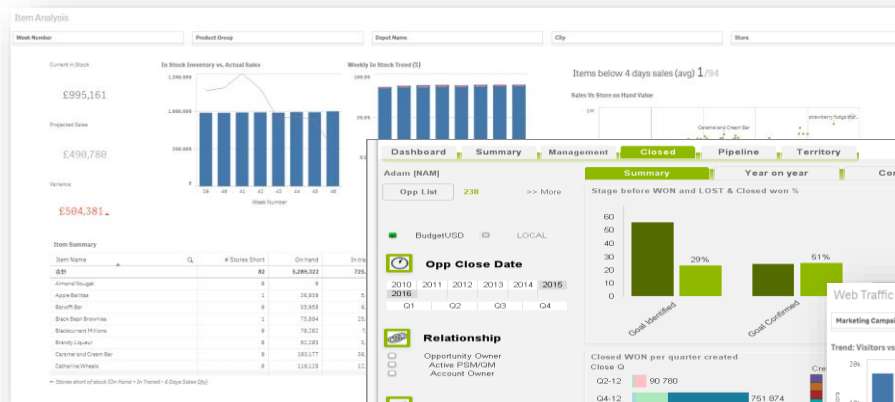


- 国内の商品数で万単位で1シーズンでも約5千種類、直営店30店/量販店550店からのPOSデータの迅速な分析
- 今後、カラーやサイズの違いによる販売傾向・分布を分析予定

国内導入事例まとめサイト http://go.qlik.com/JPN_CaseStudy.html

Qlikブースに是非お立ち寄りください

■セッションでご紹介した業務分野別のアプリケーションを展示



Qlik データ分析アプリ デモサイト



demo.qlik.com 業務部門・利用シーン別のデータ分析アプリを40種類を提供

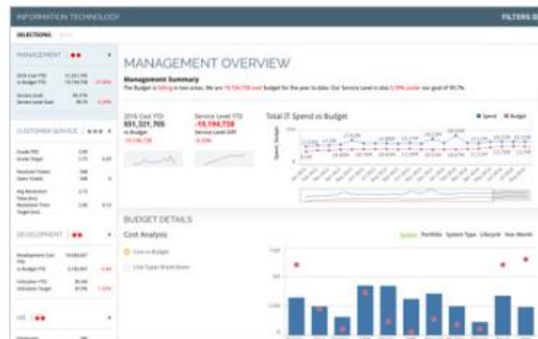


Supply Chain - Inventory & Product Availability

View inventory levels, insights into availability, alternative sources of replenishment, and sales information.

[Learn more - Supply Chain - Inventory & Product Availability](#)

[Supply Chain](#)



CIO Dashboard

Gain insight into your IT data.

[Learn more - CIO Dashboard](#)

[IT](#) [Mashup](#)



Marketing 360

A 360 view of Marketing across the organization.

[Learn more - Marketing 360](#)

[Marketing](#) [Mashup](#)

パーソナル版を是非お試しください

- 無料・無期限で利用できる3つのパーソナル版をご提供
- 無料 Webセミナー『演習で学ぶ、初めてのセルフサービスBI』でQS体験学習
(http://go.qlik.com/JPN_HOS_LP.html?sourceID1=webpromo)



QlikView[®]
Personal Edition



Sense[®]
Desktop



Sense[®]
Cloud