



Mr. Richard Martino
Senior Vice President
US Bank

US Bank

顧客理解が収益を生み出す

US Bank の CRM 戦略を成功に導く SAS

課題

顧客に対するより深い理解、分析とリレーションシップを通して競争の激しい銀行業界で勝者の座を掴む

ソリューション

長期に渡り顧客行動を観察し、その変化を直ちに検知し、最も適切なタイミングでその顧客にコンタクトできるようにする

利点

CRM戦略へ投資することにより、結果的には株主への大きなリターンへと繋がる

競争の激しい銀行業界で勝者の座をつかむには、最先端テクノロジーの活用が不可欠である。米国第6位の規模に成長を遂げた金融サービス持ち株会社 US Bancorp (本社：ミネソタ州ミネアポリス) は、そのような勝利を体現する企業の1つである。

傘下の銀行部門 US Bank で市場情報・調査を担当するシニア・バイスプレジデントの Richard Martino 氏は、同行でのカスタマー・リレーションシップ・マネジメント (CRM) への取り組みについて次のように述べている。

「当行では CRM という言葉が一般に認知されるよりもはるかに以前から、顧客行動に対する深い理解と予測的分析により、お客様と当行の双方に真の価値を生み出すリレーションシップ戦略を推進してきました」

1,300万人を超える個人顧客と、100万を超える法人顧客を抱える US Bank では、顧客データベースの変数が10,000を超え、1日最大1,600万のトランザクションが発生している。この過酷な条件下で、いかにしてさまざまなセグメントを横断しながら、顧客データを効率的に活用し、定期的に顧客理解を深めていくのか。このような取り組みにおける成功を確実なものとするため、US Bank

は SAS Customer Intelligence を選択した。

「当行に対するお客様の信頼は、お客様が本当に必要としている商品・サービスを一貫して提供し続けることによって培われるものです。この実現のために、きわめて重要な役割を果たしているのがSASなのです」と Martino 氏は述べている。US Bank では、SAS Customer Intelligence の主要製品である SAS Marketing Automation と SAS Interaction Management を利用して、多数のマーケティング・キャンペーンを管理するための包括的なシステムと、適切なタイミングで顧客にコンタクトを図るための顧客行動追跡システムを構築した。

US Bank における SAS 活用の実際
US Bank は、コールセンター、営業店スタッフ、サービス窓口、ダイレクトメールを含むすべてのコンタクトポイントを通じて、相互に矛盾がなく、かつパーソナライズされたメッセージを顧客に提供するためのコンタクト戦略を定義し、この実現に SAS を活用している。同行では、長期に渡って顧客行動の理解に努めているため、営業担当者が顧客行動の変化を直ちに検知し、最も適切なタイミングでその顧客にコンタクトができるのだ。このようにして、SAS は同行の販売機会の拡大や、離反り

「行動の変化とは、そのお客様が手を挙げて新しいニーズを訴えていることの現れであり、まさにその時こそが、お客様が担当者との対話を望んでいる時なのです」

Mr. Richard Martino
Senior Vice President
US Bank

スクのある顧客との関係修復に貢献している。

「行動の変化とは、そのお客様が手を挙げて新しいニーズを訴えていることの現れであります。まさにこの時こそが、お客様が担当者との対話を望んでいる時なのです」と Martino 氏は述べている。

最近では、ある営業担当者がこの「ニーズ検知アラート」によって、重要顧客が融資の担保として資金を別の銀行に移動しようとしていることを突き止めた例がある。担当者はこの情報から、融資元との協力を取り付け、最終的にローン案件と追加融資を勝ち取ることに成功した。

「これは、顧客行動に関する情報を、アラートという形で担当者に提供した一例に過ぎません。営業担当者はこの情報から、お客様と当行の双方にとっての価値を生み出したのです。これは、SAS を利用しなければまず実現できなかったことと」と Martino 氏は述べている。

US Bank では、SAS 9.1 を利用しているため、あらゆるスキルレベルのユーザーが同行の SAS Customer Intelligence ソ

リューションに自由にアクセスすることができる。US Bank でマーケティング・アナリティクス・マネージャーを務める Gerry Gaerlan 氏は次のように説明している。

「SAS 9.1 では、CRM に必要なアプリケーションがすべて統合されています。経験豊富なパワーユーザーも経験の浅い新人も、経験の差は関係なく、アプリケーションを活用できるのです」

US Bank にもたらされたメリット

「顧客理解にむけた当行の投資は、今後5年間で大きなリターンをもたらすことでしょう。投資額は当行の規模や体制からすればごく妥当な水準であり、当行の株主にとってのメリットも大きなものになるはずと」と Martino 氏は述べている。

こうしたメリットも、信頼できるデータベースのおかげであると、US Bank でデータベース・マーケティング・マネージャーを務める Jill Enabnit 氏は述べている。

「当行では、口座の情報から世帯情報に至るまで、膨大かつ、多様なデータソースからデータを収集しています。お客様をさまざまな角度から理解するために、データを一元管理するデータマートを構築すべく、当行は全力を挙げて取り組んできました。日々発生する1,600万ものトラン

ザクションから情報を取り出して精査し、お客様を深く理解するためのインテリジェンスを獲得できるのも、SAS のおかげなのです」と同氏は述べている。

より確かな意思決定を素早く下せるようになったことで、US Bank は米国内の大手銀行に対する競争優位を獲得した。同行の成功はもちろん、聡明で勤勉な行員や、チャンネル・マネージャー間の素晴らしい協力関係がもたらしたものである。ただ、膨大なデータを顧客理解というインテリジェンスに変えるための不可欠な要素として SAS を活用したこともまた、同行の成功を大きく後押ししたといえるだろう。

Martino 氏は次のように述べている。

「当行の目標成功に向けた過程の中で、SAS は常に頼もしいパートナーであり続けてきました。ソフトウェアをただ無事に稼働させることと、実際に生産性を向上させることの間には大きな隔りがあります。そして SAS は、当行の生産性を確実にする上で大きな役割を果たしています」