

JCBのCRM展開について

平成14年8月2日

株式会社ジェーシービー
マーケティング部長 足立 一樹

1. 当社の現況

JCB会員数
4,232万人

加盟店数
978万店

JCBグループ
JCB発行FC社:70社

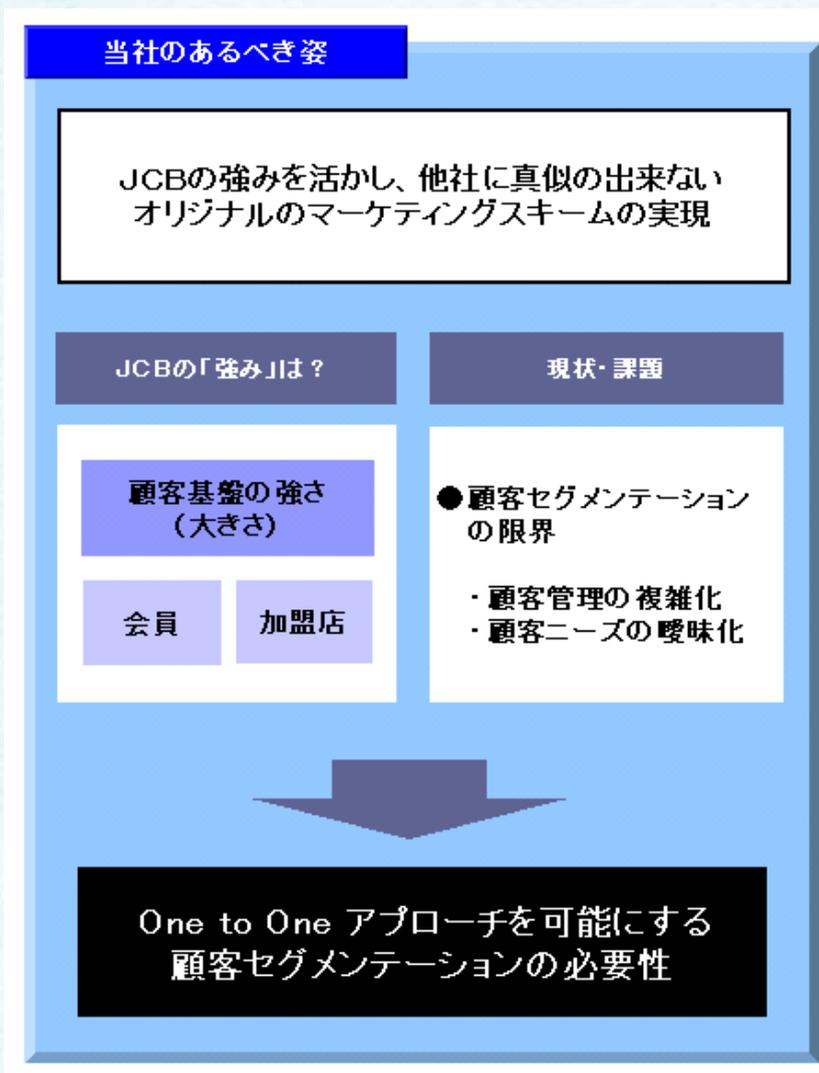
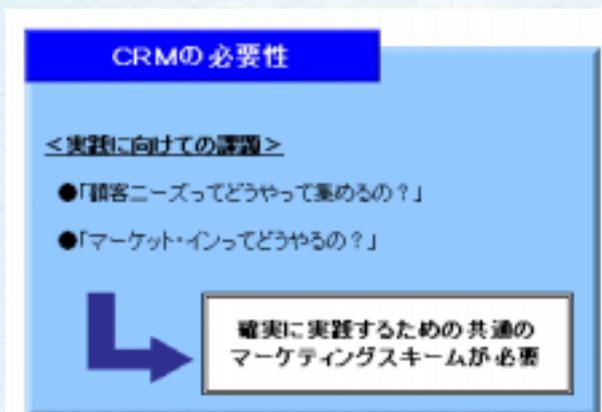
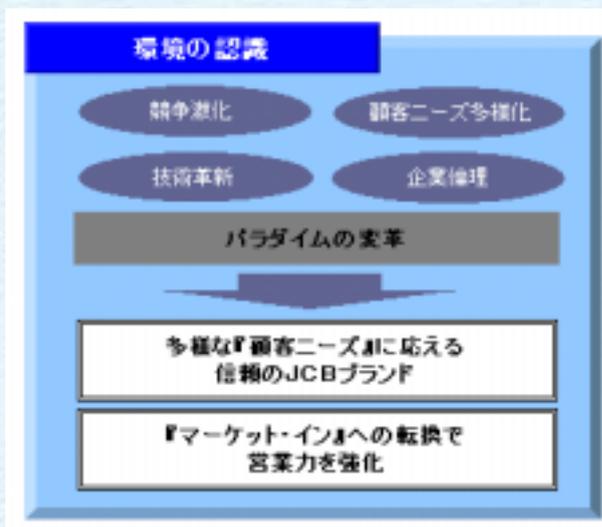
海外展開国数
189ヶ国

海外現地発行
17カ国 / 280万人

提供サービス : 200種以上
提携カード : 600種以上



2. 当社を取り巻く環境とCRMの必要性



3. CRMマーケティング基盤

CRMマーケティング基盤の構築

会員分類モデル

- 「ニーズ」の類似した会員層を「会員利益」に応じて分類した仕組みの構築

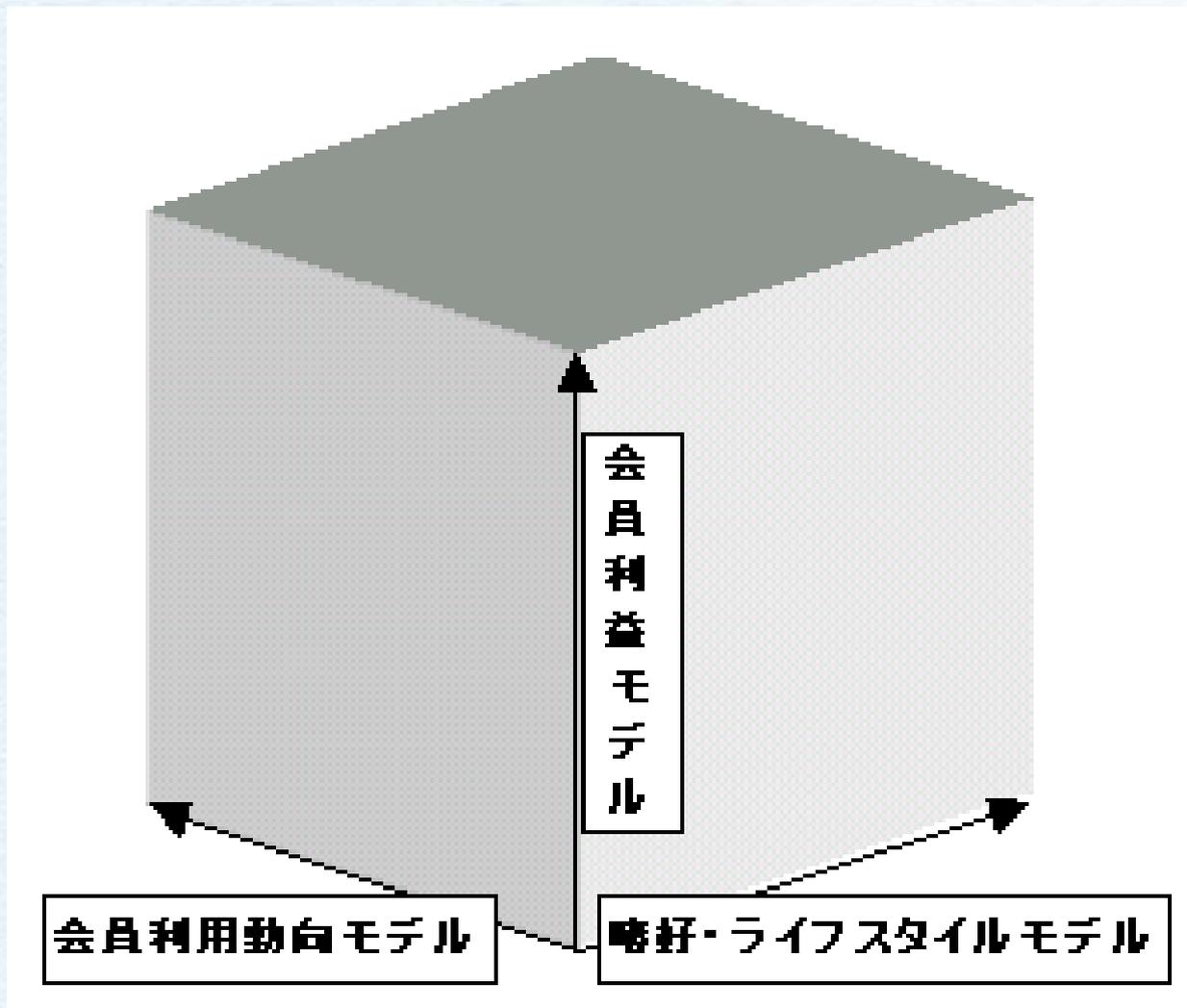
コンタクトチャンネル

- 分類された会員層へのセグメントアプローチを可能とする仕組みの構築

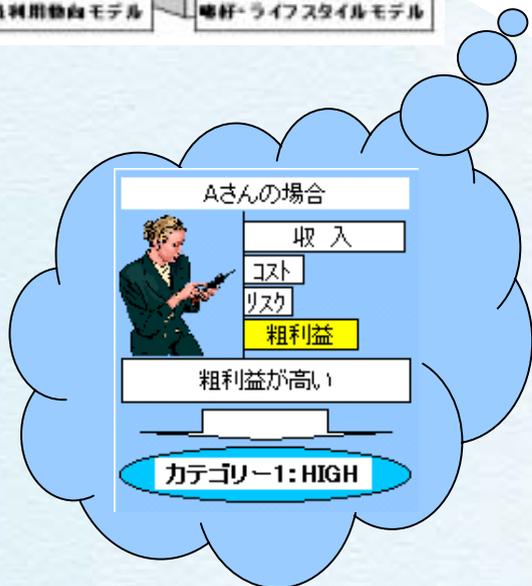
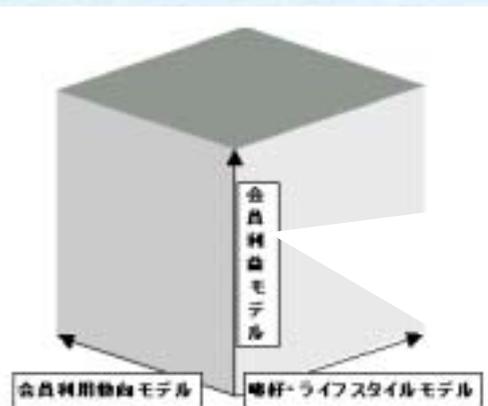
マーケティングノウハウ

- 会員分類モデルを活用したテストマーケティング成功事例の蓄積

4. 会員分類モデル



4-1. 分類モデル-会員利益モデル



●会員利益モデルとは...

【モデル内容】

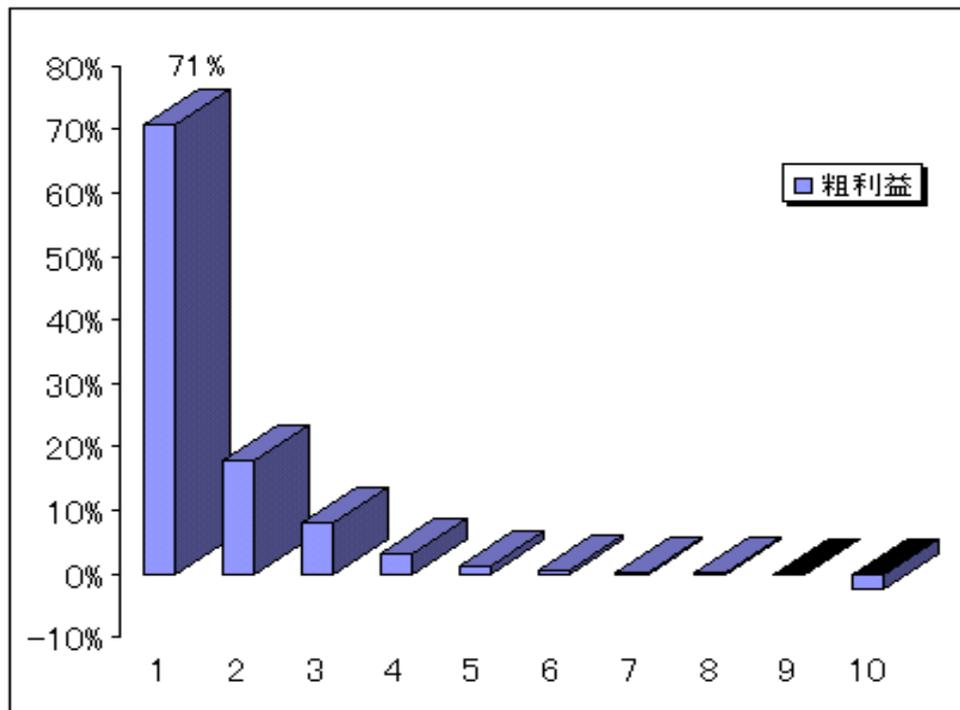
会員利益とは、現在粗利益を示す指標であり、その構成要素は、収入からコスト・リスクを減算したもの

【判明事項】

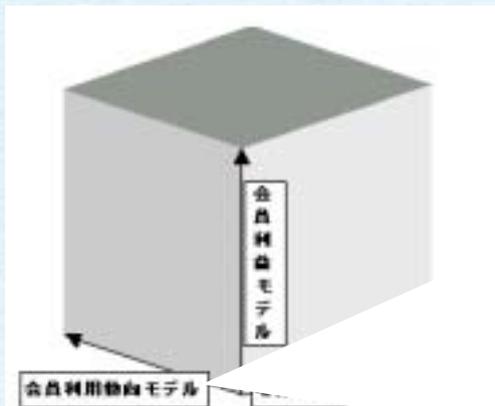
上位10%で約7割のシェア

【活用方法】

対顧客方針の定義



4-2. 分類モデル-会員利用動向モデル



●会員利用動向モデルとは...

【モデル内容】

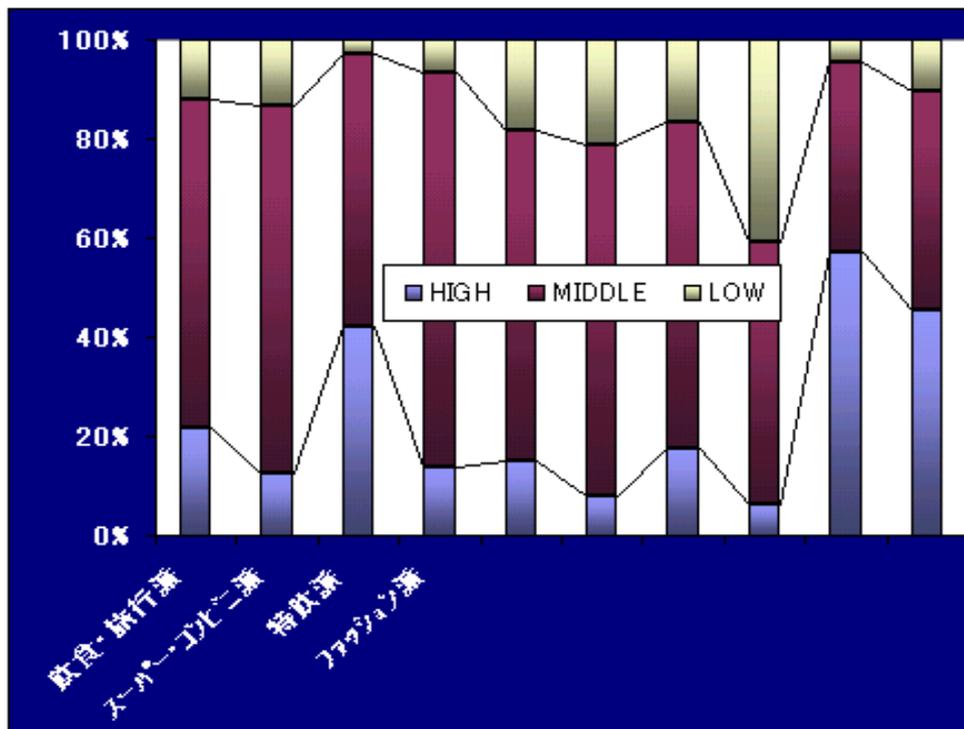
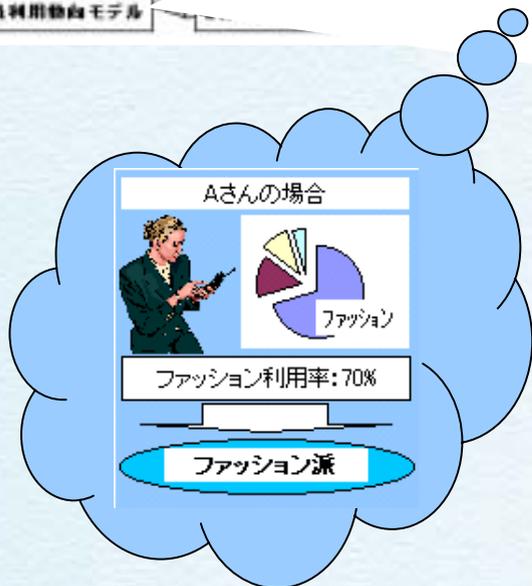
利用動向タイプとは、個々人の最も特徴のある伝票シェアを示すものであり、利用における個々人の特徴を示す。

【判明事項】

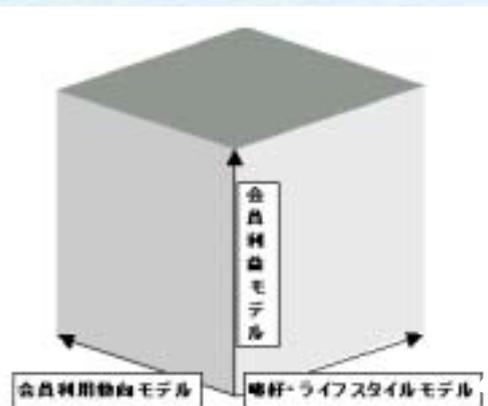
10タイプに分類され、各々利用振りに特徴がある。

【活用方法】

対顧客方針に基づく施策立案の一助



4-3. 分類モデル-嗜好ライフスタイルモデル



●嗜好ライフスタイルモデルとは...

【モデル内容】

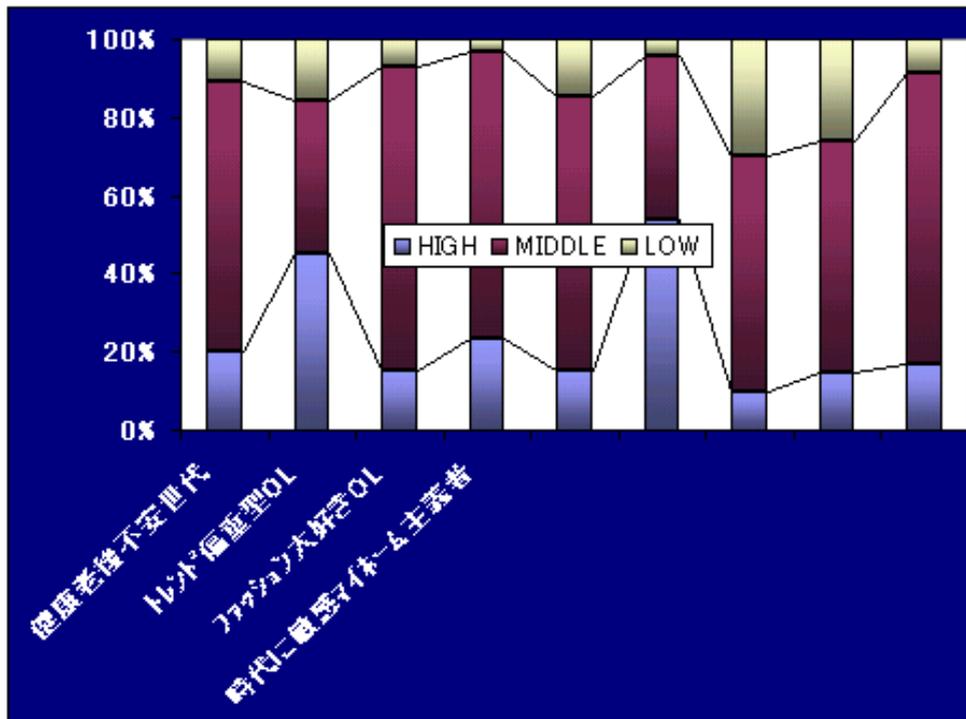
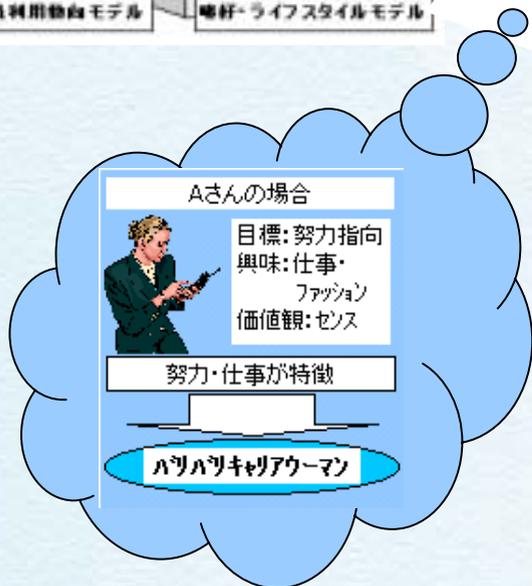
嗜好ライフスタイルタイプとは、個々人の最も特徴のある消費背景を示すものであり、消費態度への個々人の特徴を示す。

【判明事項】

9タイプに分類され、各々属性・消費背景に特徴がある。

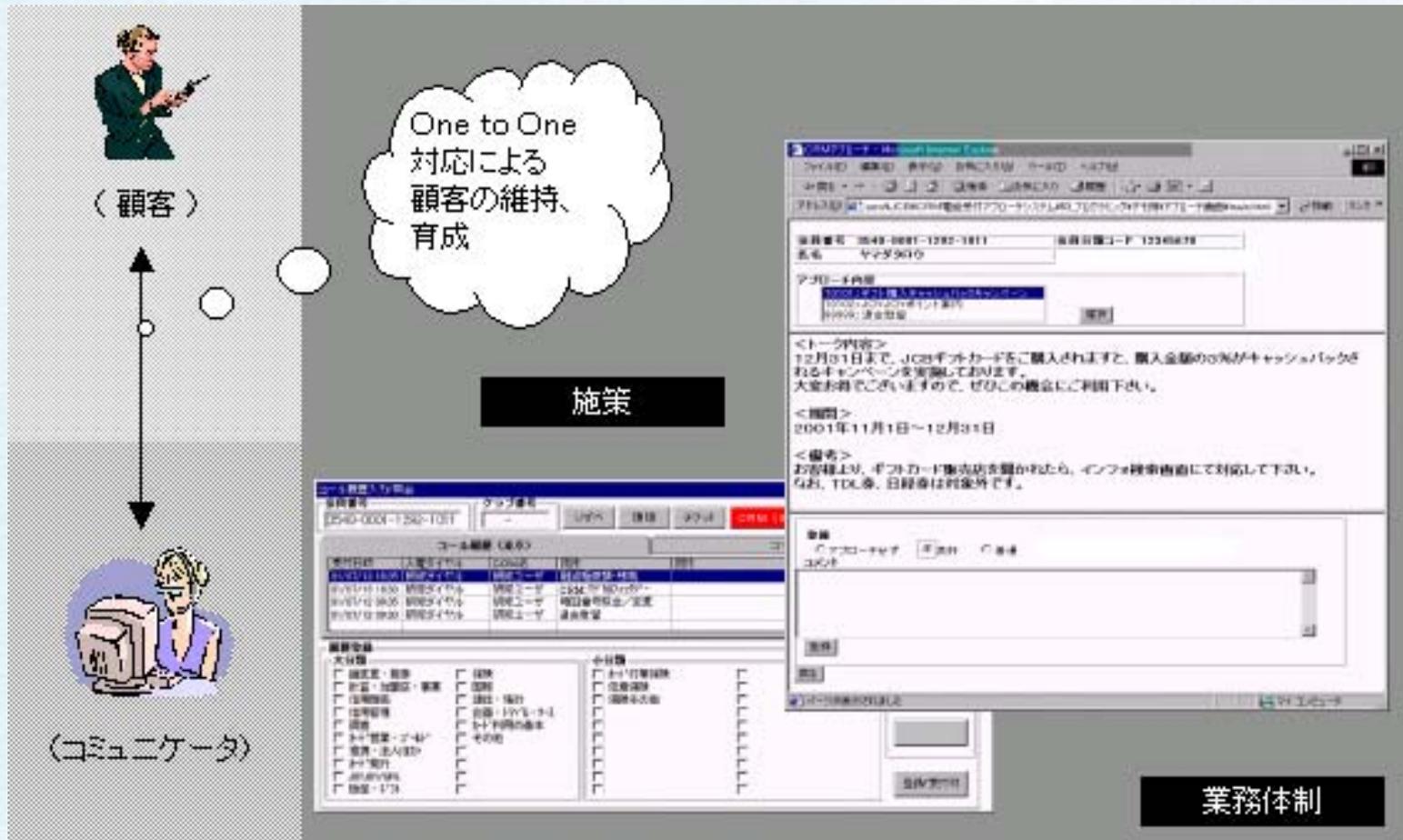
【活用方法】

対顧客方針に基づく施策立案の一助



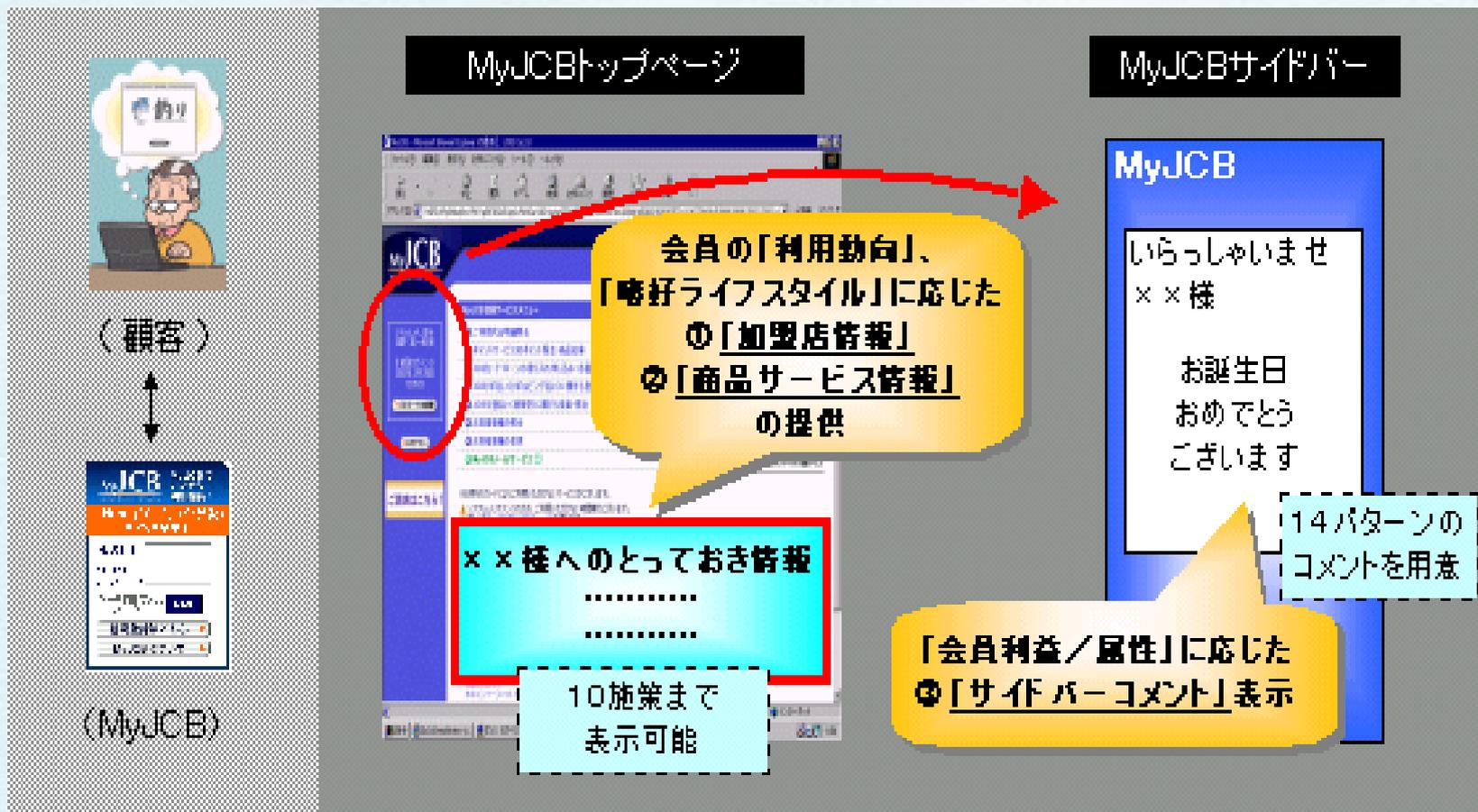
5-1. コンタクトチャンネル-コールセンター

コールセンターでのCRM展開イメージ



5-2. コンタクトチャネル-WEB

WEBでのCRM展開イメージ



6. マーケティングノウハウ

← 施策数: 200~300 →

顧客ID	施策a1	施策a2	施策a3	施策a4	施策a5	施策a6	施策a7	施策a300	前年利益	当年利益
1	1	1	0				1			1	100	150
2	0	0	1				1			1	20	30
3	1	1	1				1			0	60	40
4	0	0	0				0			0		
5	0	1	0				0			1		
6	0	0	1				0			1		
7	0	1	1				0			1		
8	0	0	1				0			1		
9	0	1	1				0			1		
10	0	0	1				0			1		
⋮												
⋮												
100000	1	0	0				1			0		

顧客数 10万件保有

コード値は
「1」: 施策実施
「0」: 施策未実施を示す

【多変量解析を用いて...】

$$Y(\text{利益増減}) = a_1(\text{効果係数}) * \text{施策a1} + \dots + a_{300}(\text{効果係数}) * \text{施策a300}$$

※ 施策効果係数を導きだし、どの施策がどれだけ利益増強に効果的かを判断する。
またその原因(+・-) 追求により、施策の練り直しに活用する。



7. CRMの展開イメージ



SUGI
2002

ご静聴ありがとうございました。

SUGI
2002