


 > Solution Overview

# SAS® Customer Intelligence ソリューション

業界最高水準のデータ管理機能とアナリティクス機能にもとづく統合型の意思決定基盤により、説得力があり収益を生むカスタマー・エクスペリエンスを創出

## 概要

デジタル時代のマーケティングは新しく複雑な課題に直面していますが、この状況は、マーケティング担当者が戦略的なビジネス・アドバイザーとしての信頼を全社的に勝ち取る新たな機会でもあります。そのためには、マーケティング・プロセスを顧客の行動履歴と連動させ、収益を生む成長エンジンとしてのマーケティングの価値を示すことが重要です。今日の消費者はデジタル・コミュニケーションの特性を生かし、企業のブランドに、いつでも、どのようなモバイルデバイスからでもアクセスすることができます。消費者は従来型／デジタル／ソーシャルのチャンネル間で自在かつ頻繁に行き来しており、顧客接点の統合、企業との関係の深化を求めています。また、チャンネル、居住地域、年齢層といった特定条件のみで自分が分類されたいとは思っていません。

現在のマーケティング担当者には、直感とサイエンスのバランスをとることが以前にも増して求められています。魅力あるコンテンツの作成に集中するだけでなく、分析ソフトウェアを活用して大量の顧客データから洞察を導き出す必要もあるのです。

どのブランドも、最も収益性の高い顧客を獲得して収益を伸ばすと同時に、マーケティング業務の効率性と有効性を高め、コストを削減したいと考えています。SASは、マーケティング活動における費用対効果の向上、コストの削減、検討中の施策がもたらす正確な価値の提示を目指すマーケティング部門を支援します。

## 新たなアプローチ

現代の顧客とブランドとの関係では、顧客を一人ひとりの個人として包括的に把握することが求められています。残念ながら、特定の機能やチャンネルに特化しているものが多い従来型のマーケティング管理ソリューションは、今や限界に達しています。解決策は、全ての顧客対応をカバーする一元管理型の意思決定システムを整備し、セールス、サービス、サポートの各活動を総合的に管理することです。

これを実現するには、マーケティング担当者を過去の妥協や制約から解放する新たなアプローチが必要です。具体的には、顧客インサイト、ルール、意思決定ロジック、アクションに関する機能を組み合わせた統合型の意思決定基盤を整え、顧客中心でビジネス遂行することが必要になります。

SASではこうした基盤を「Customer Decision Hub」と呼び、以下の要素を組み合わせています。

- **インサイト**: データ分析の結果から導き出される有意義な情報・気づき
- **ルール**: 業務全般に及ぶポリシー、手続き、制約条件の管理
- **意思決定ロジック**: 顧客に対する応答や回答をリアルタイムまたはバッチ処理モードで利用できるようにする、全チャンネル共通の意思決定ロジック
- **アクション**: カスタマー・エンゲージメントにかかわる活動と応答をトラッキングして一元管理することにより、極めて魅力的なカスタマー・エクスペリエンスを創出・提供し、優れたマーケティングROIを達成

以上の要素を包括的に扱う統合環境を提供できるのは、SAS Customer Intelligence ソリューションだけです。

## 主な機能

統合型の意思決定基盤に組み込まれた顧客インサイト、ルール、意思決定ロジック、アクションに関する機能により、マーケティング担当者は消費者のブランド体験をより効果的に計画、分析、実施、測定できるようになります。その具体的な方法は以下のとおりです。

### マーケティング・プログラムを開始から終了まで、効率的かつ効果的に計画・管理

- 主要なプロセスとワークフローを統合および自動化することにより、マーケティング業務を効率化
- マーケティング施策の状況を一目で把握できる総合的なマーケティング・ダッシュボードにより、マーケティング活動における課題にいち早く気づき、その原因を分析

- マーケティング予算管理機能により、マーケティングの戦略と活動が収益にどれだけ貢献したかを把握し、企業戦略と連携のとれた形でプランニングやリソース配分、予算編成を実施
- デジタルアセットを安全に管理、配信するための基盤となるコンテンツ管理機能により、デジタルアセットを最大限に有効活用

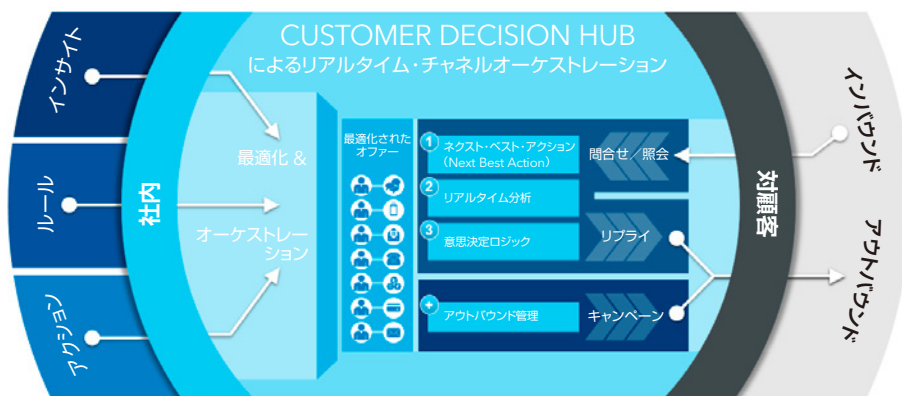
**状況に即したデータと強力なアナリティクス機能から導き出したインサイトにより、事実を裏打ちされた確かつタイムリーな意思決定を実現**

- セグメンテーションやモデリング、クラスタリング、ソーシャル・ネットワーク分析などの高度なデータ分析手法を駆使し、これまで以上に顧客一人ひとりを深く理解することで、対象を的確に絞り込んだ、より適切な内容のキャンペーンを開発
- データ品質とデータ管理を業務プロセスに取り込むことで、整合性のとれた正確なデータをリアルタイムで分析に利用できるようになり、データ自体の信頼性が向上するだけでなく、データ分析にもとづいた意思決定もさらに高度化
- 組織全体のデータに先進的な予測手法やモデリング手法を適用して顧客の行動パターンを分析することにより、将来の顧客行動を予測
- 従来は不可能だった細かなレベルで顧客の生涯価値や収益性を算出することにより、自社にとって価値の高い顧客のみきわめと、その理由を把握

**適切、タイムリーでパーソナル性の高いオファーおよび顧客対応を創出**

- 統合管理型の意思決定システムによって部署横断で連携を図りながら、分析主導型の顧客コミュニケーションを実現
- 最適なタイミングで最適なチャネルを通じて適切なオファーを提供できるようにマーケティング・キャンペーンを最適化することで、1回1回の顧客対応の効果を最大化
- 顧客へのメッセージを店舗、ソーシャル、オンライン、モバイルなど“すべて”のチャネルで連携して発信することにより、キャンペーンの効果を向上

SAS が提供するビジネス・アナリティクス関連のソフトウェアとサービスの詳細については、[sas.com/jp/](http://sas.com/jp/) をご覧ください。  
SAS Customer Intelligence ソリューションの詳細については、[sas.com/jp/go/ci](http://sas.com/jp/go/ci) をご覧ください。



- リアルタイムまたはイベントベースのマーケティング手法を用いて、顧客ひとり一人をあたかも「1つのセグメント」であるかのように扱うことにより、より強固で収益性の高い「顧客」関係を構築・維持

**卓越したカスタマー・エクスペリエンスの提供により、顧客をブランド・サポーターに転換**

- 自社について顧客が何を語り、それに誰が耳を傾けているかをデジタルチャネルから把握し、その情報を顧客プロフィールに取り込むことが可能
- あらゆるオンライン・チャネルを横断して Web 上でのすべての対話を情報として取り込み、オンラインでの顧客行動の傾向を理解
- Web サイトからの離脱や特定の閲覧経路といった顧客行動をリアルタイムで把握し、それを踏まえてパーソナライズした提案を最適なタイミングで提供

**SAS® の優位性**

SAS® Customer Intelligence ソリューションは、マーケティングのさまざまな重要課題（顧客中心戦略の計画、ビッグデータとアナリティクスからの洞察の獲得、オムニチャネル型の顧客対応の最適化、顧客のデジタル体験の理解など）の解決に対応した統合型の意思決定管理アプローチにより、お客様が顧客中心のビジネス戦略を実現できるように支援します。

つまり、SAS Customer Intelligence を活用すると、洞察、ルール、プロセス、アクションの各機能を組み合わせて活用し、ビジネスのあらゆる側面を顧客中心で遂行するための業務環境を確立できます。



THE POWER TO KNOW.

SAS Institute Japan 株式会社 [www.sas.com/jp](http://www.sas.com/jp)

[jpnasinfo@sas.com](mailto:jpnasinfo@sas.com)

本社 〒106-6111 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー 11F  
大阪支店 〒530-0004 大阪市北区堂島浜1-4-16 アクア堂島西館 12F

Tel: 03 6434 3000 Fax: 03 6434 3001  
Tel: 06 6345 5700 Fax: 06 6345 5655