



SUGI-J 2001 フォーマルデモンストレーション



SASで実現！ 効果的な キャンペーンマネージメント

2001年7月27日¹
SAS Institute Japan Ltd,
唐津 秀子(jphck@jpn.sas.com)



The Power to Know.

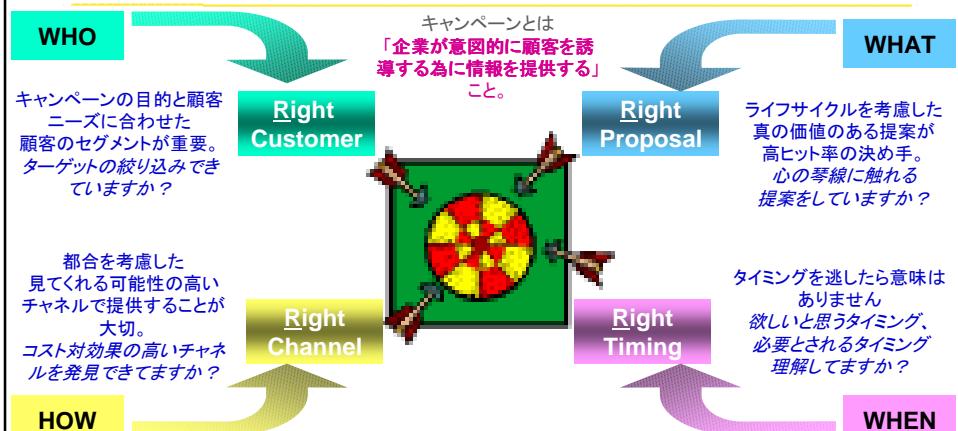


The Power to Know.

まえがき

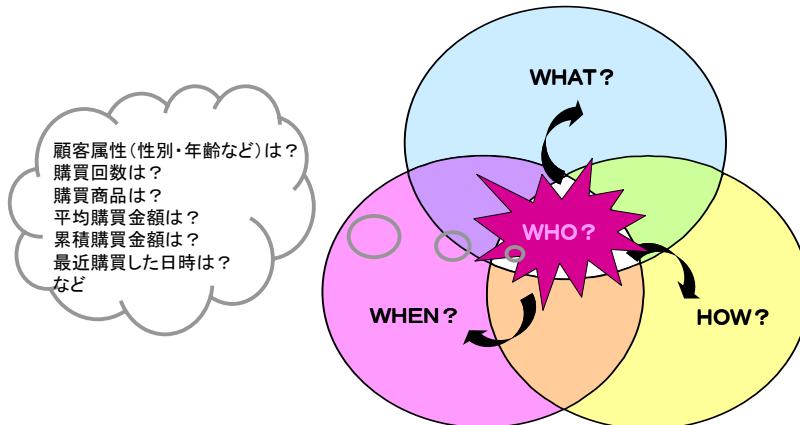
最適な顧客に、最適なタイミングで、最適なチャネルを通して、最適な提案を行うことを目指した効果的なマーケティング活動は、データマイニングによる顧客分析結果を活用し、PlanDoSeeのマーケティングサイクルで実現いたします。
戦略的なマーケティング計画をキャンペーンにつなげるコアテクノロジーを紹介いたします。

キャンペーンマネージメントとは



キャンペーンマネージメントとは、これらの最適化による「4つのR」の実現

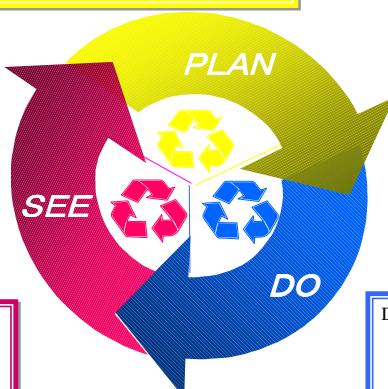
ソリューションのコアコンセプト



「WHOを知る」ことは全ての核である。

キャンペーン・マネジメント・プロセス

PLAN : 顧客を知る
顧客を識別し、それぞれに対して、どのような
キャンペーンを実施すべきかを見極める。



SEE : 結果を評価する
キャンペーンの実行結果を収集、
評価し、次の計画の立案にフィードバックする。

DO : 施策を実施する
顧客分析より得た結果を元に、
効果的なキャンペーンを設計。
計画どおりに確実に実行する。

デモシナリオ

- ◆ モデル会社:旅行代理店
- ◆ キャンペーン目的:
離れていったと思われる顧客の呼び戻し

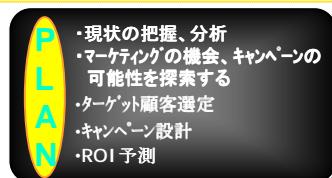




The Power to Know.

デモプロセス

前回のキャンペーンの結果を元に
より洗練されたキャンペーンの戦
略を立案する
新しい仮説の立案

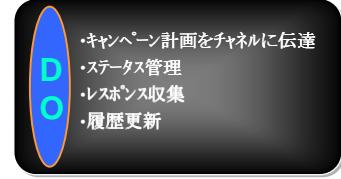


・現状の把握をし、仮設をたてる
・仮説にそって対象者を選定
・頭に描いたキャンペーンモデルをツ
ールを使って設計

・キャンペーンの実行結果を数量化し結
果の検証を行う
・データマイニングやOLAPを利用して効
果分析を行う
・次回キャンペーンの洗練化のために仮
説の検証を行なう



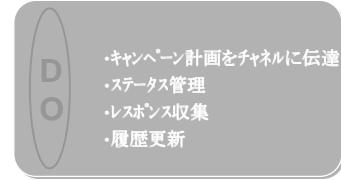
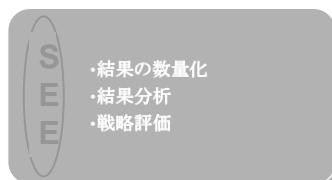
・設計されたキャンペーンに対してアク
ションを行なう
・各チャネルでの状況を把握する
・顧客のレスポンスを獲得し参照



The Power to Know.

PLAN

・現状の把握をし、仮設をたてる
・仮説にそって対象者を選定
・頭に描いたキャンペーンモデルをツールを使って設計



現状の問題

最近、申し込みが減ってるなあ

以前は申し込み多数でお断りしていたが、今は集客が少なくて、キャンセルせざるを得ない状態が増えてきた。

問い合わせも減っている

広告出してもコストかかるだけで、効果はイマイチ

どういうツアーが好まれるのかなあ？場所、内容、価格、オプションetc

コールセンターにコストがかかっているから、うまい運用考えないと



“顧客を知る”ための状況把握

最近、減って

ツアーの人気は衰えていない
どうやらお客様が離れてしまってるようだ
魅力あるツアーがないのか？？？

広告出し
だけで、効果

情報収集のためにテストキャンペーンとして

離れて行った会員の
呼び戻しキャンペーンをやろう！！
“限定ハワイスペシャル”

どういうツアーが好まれるのか
なあ？場所、内容、価格、
オプションetc

コールセンターにコストがかかっているからうまい
運用考えないと





The Power to Know.

対象者選定一仮説



今まで会員全員にDMを送っていた



かなりコストがかかる



キャンペーンの目的に合った会員を選別し、実行しよう。

リピータとリゾート好き狙いで条件を決めて会員のターゲットを絞る



1年以上申し込みない人
ハワイに2回以上申し込んでる
他のリゾートに2回以上申し込んでる

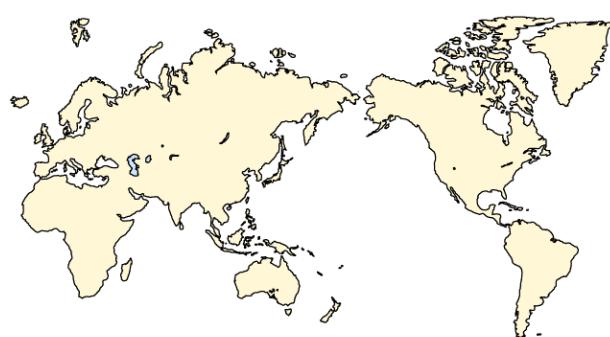
コスト対効果の高いチャネルを有効的に活用したい

DMだけでなくE-mailも併用しヒット率の違いを見る
コールセンターの必要性を検討



The Power to Know.

デモンストレーション





sas
e-Intelligence

The Power to Know.

DO



- ・現状の把握、分析
- ・マーケティングの機会、キャンペーンの可能性を探索する
- ・ターゲット顧客選定
- ・キャンペーン設計
- ・ROI予測



- ・設計されたキャンペーンに対してアクションを行なう
- ・各チャネルでの状況を把握する
- ・顧客のレスポンスを獲得し参照



- ・結果の数量化
- ・結果分析
- ・戦略評価



- ・キャンペーン計画をチャネルに伝達
- ・ステータス管理
- ・レスポンス収集
- ・履歴更新



The Power to Know.

実行状況確認

設計したスケジュールどうりに
処理は進んでいるのかなあ
チャネルの状況はどうなんだろう

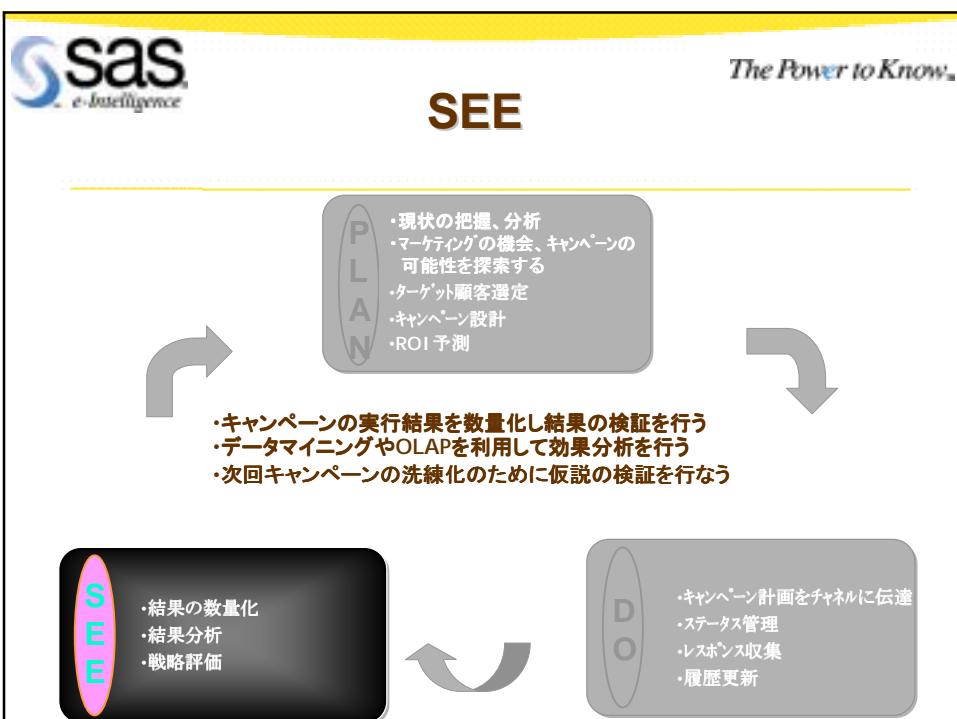
キャンペーンの提案に対する
会員の反応はどうなんだろう?
申し込みは来ているのかなあ



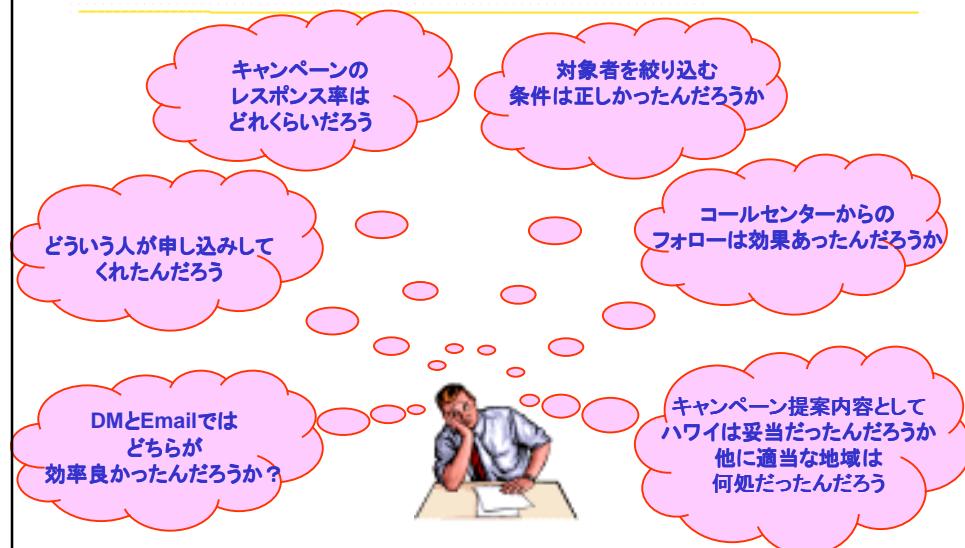


The Power to Know.

デモンストレーション

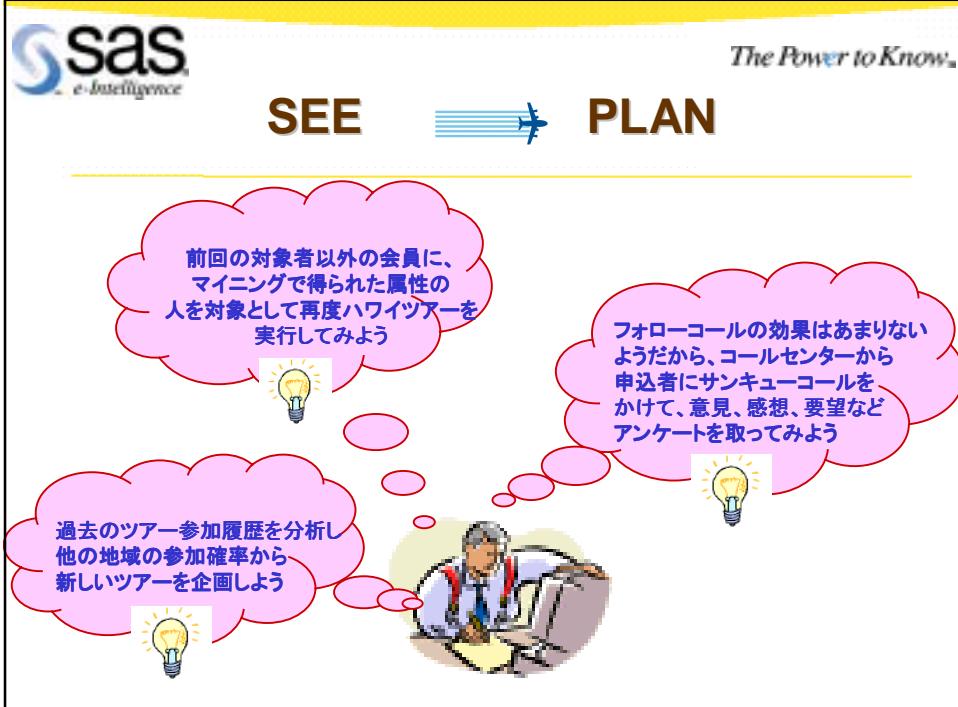


結果検証

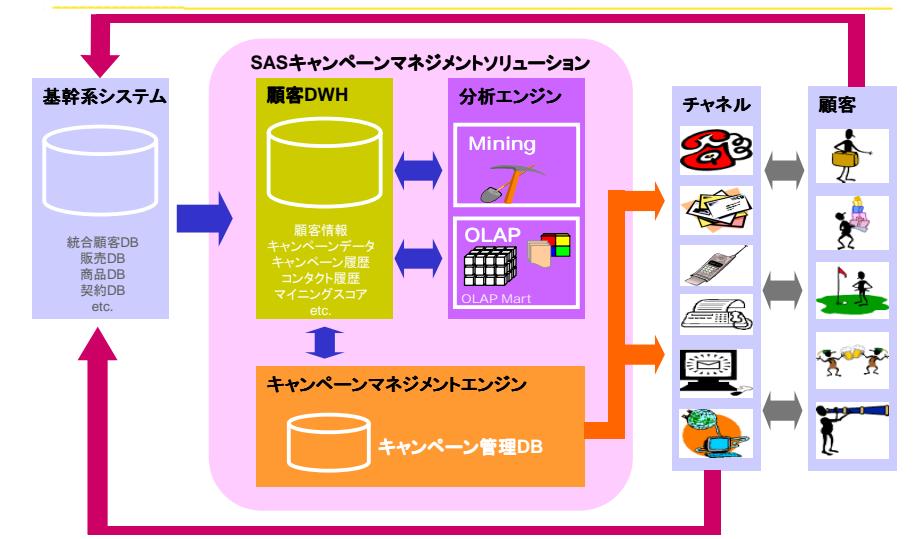


デモンストレーション

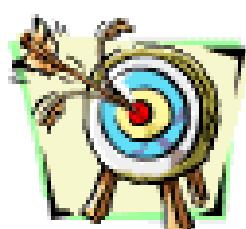




システム構成



最後に



的を得た適確なキャンペーンを、効率よく行うために！！

SASのCampaign Management Solutionを。

SAS Institute Japan Ltd,
唐津 秀子(jphck@jpn.sas.com)



The Power to Know™