

行動データを活用したマルチチャネル戦略

～ 店舗型証券会社さま 顧客の興味関心をデジタル領域で捕捉 ～

顧客の興味関心の推移を察知し、確度の高い営業リストを生成。

課題

折衝することが出来ている顧客しかニーズ把握が出来ていなかった

顧客と接触するチャネルが、店舗（営業マン）に依存してしまっていた。

効果

配信したメールへの行動ログを活用し、顧客の興味関心を把握

顧客の興味関心をスコア化し営業チャネルへ連携することで、接触機会を創出することが出来た。メールを受信している顧客の**手数料5%アップ**、**貯残高1.3倍**に！

- 国内株、米国株などの情報に加え、特集記事が掲載されたメールを毎週会員全体に配信することで、興味関心の推移を顧客単位でキャッチアップ。
※国内株の情報しか見ていなかった人が、ある週から米国株の情報を閲覧（クリック）するようになったなど
- 半期または通期のタイミングで掲載されている記事の内容を分析し、こういった記事の内容が購読されるのか、カテゴリごとに内容を精査。コンテンツの精度をあげるために継続的にPDCAをまわしている。

施策全体イメージ

