

データを活用したコミュニケーション施策

～ 都市銀行さま カードローン販促施策 ～

取引実数を最大化するために、顧客を象限ごとに定義、算出し、象限ごとに最適なコミュニケーションを設計した。

課題

顧客のニーズに応える 情報連携が実施出来ていなかった

新規顧客、無関心層など、顧客に合わせた情報展開ができていなかった。

効果

顧客行動に基づく、タイムリーな コミュニケーションを実施

顧客のニーズにマッチした商材の訴求を行うことで、行動を喚起した。訴求対象者のうち、**70%がカードローンの申込**があった。

- 「口座情報」「取引実績（入出金）」「行動ログ（ウェブサイト）」のデータを活用し、商材と親和性の高い顧客を発掘し、顧客像、収益貢献度を明確化。
- 商材ごとに、最適なコミュニケーションを設計し、施策に落とし込み、運用を実施している
- 現在では、カードローンだけではなく、教育ローンなど約50本の施策まで拡大をしている

施策全体イメージ

