

# IT時代の経営情報ソフト

さらに進化した“RFM機能”の注目ポイント

## 先進性の高いRFM機能を搭載 担当者・地区別などの絞込みも

### 棒グラフや円グラフでRFM分析をビジュアル化

電器店が短期間で売り上げを伸ばすにはどうしたらいいのだろうか。その方法には、個展や合展などのイベントを仕掛ける、あるいは商品や顧客を絞り込んだ訪問キャンペーンを重点展開するなどがある。いずれにしても、効率的なオンリーワン販促を仕掛けるには、顧客をどう絞り込むのが問題になる。

「へたな鉄砲、数打ちゃ当たる」式の方法では、非常に効率が悪い。利益よりもコストの方が高くなってしまふからだ。そこで、「羅針盤」の登場だ。前号でも触れた最新のRFM機能を紹介しよう。

羅針盤のRFM分析は非常に簡単だ。基本的にRecency(最新購入日)、Frequency(購買頻度)、Monetary(購買金額)という3つの指標に条件を入れるだけで、瞬時に顧客全体のRFM分析が出るようになっている。

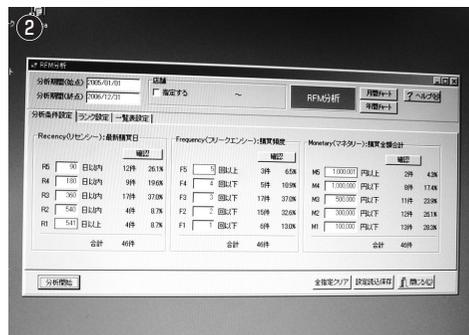
羅針盤のRFM機能は顧客マスターや顧客の属性データなどと連動しているからで、他のソフトにはない大きな特徴だ。

その顧客全体のRFM分析は、棒グラフや円グラフなどいずれのパターンでも出すことができる(写真③④⑧参照)。

自店にAランク客やBランク客のウエートがどの程度占めているか、あるいはEランク客やDラ



①顧客別RFM一覧



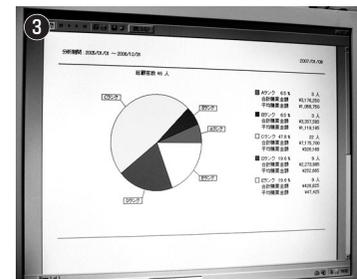
②RFMの分析条件設定画面

ンク客の構成比などを視覚的にチェックできる。

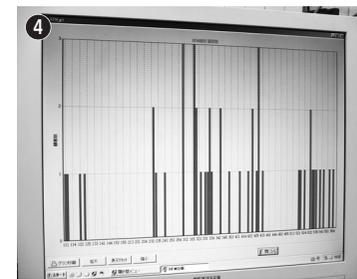
特筆すべきは、RFM分析結果を顧客マスターへ自動転記表示させることだ。今までは取引状態を見て人が顧客ランクを付け、月日が経つと取引状態のランクに変動が生じ、訂正の手間隙がなく、ついつい取引状態が不正確な顧客ランクになっている。

自店の顧客層の分布がすぐにも理解できる便利な機能である。

さらに、このRFM分析は驚くべき機能を持っている。「顧客の担当者別」、「地区別」、「趣味別」



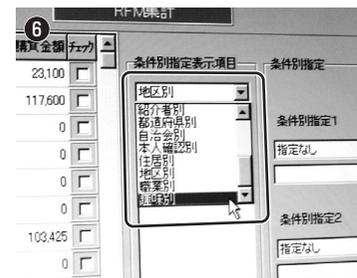
③RFM分析を円グラフにできる



④RFM分析を棒グラフにできる



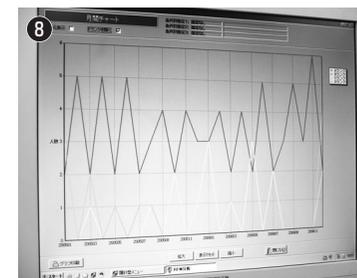
⑤RFM集計の条件別指定表示項目①



⑥RFM集計の条件別指定表示項目②



⑦RFM集計のキーコード選択



⑧RFM分析の月間チャートも出せる

などの分析も可能なのである。

例えば、「顧客の担当者別」では、担当者別の顧客のRFM分析を簡単に引き出せる。

具体的には、その担当者のランク別客層(A-Eランク)の人数、割合、その合計購買金額、平均購買金額などを瞬く間に出来るのだ。

画面では前述した各担当者別の顧客分析がスクロール画面で出てくるので、経営者は各担当者の顧客レベルをしっかりと把握することが可能である。

次に、担当者別の顧客管理から、もっと細かな顧客分布をいろいろな項目でチェックしたいと考えたとしよう。羅針盤ではそれが出来る。一例を挙げると、各担当者別に抽出した顧客を、「地区別」でも出せるのだ。

例えば、〇〇町〇〇丁目の顧客のRFM分析だ。そのエリアに住んでいる顧客の人数、ランク別客層の人数、割合、その合計購買金額、平均購買金額などが一目で分かるのだ。

これはエリアマーケティングに使える。例えば、担当者別、エリア別のランク別客層が分かれば、得意客への重点訪問、休眠客やご無沙汰客の掘り起こし活動が効率的に展開できる。

条件別指定表示項目には、「趣味別」というも

もある。例えば、自分が担当している顧客の中で、趣味が「旅行」という顧客は何人いて、その顧客ランクなども出せる。

もちろん、趣味が「旅行」という顧客が、エリア別にどう分布しているのか、その合計購買金額、平均購買金額なども分かる。

ただ、メディアネットワークジャパンは、RFM機能の基本的な使い方をこう述べている。

「重要なのは、RFMで分析した数値をどのように経営に生かしていくのがポイント。情報を収集、分析し、情報の確かさでマーケティングを創造する。すなわち収集とその分析結果に、いろいろな角度からアプローチをかけ、販促を展開する。

要するに、羅針盤のRFM分析を活用して、マーケティングの“仮説”と“検証”を繰り返すのである。RFM分析の結果をさらに絞り込んで、より精度の高いマーケティングを実践して欲しい。」

お客様サポートセンター

メディアネットワークジャパンの「羅針盤」の詳しい内容やソフトに関するご質問は下記までお問い合わせ下さい。

**048-553-0077**