

# 地域金融機関向け EBM(イベント・ベースド・マーケティング) 導入による営業活動高度化支援サービス

顧客ニーズを捉えた営業活動を通じて、中小企業法人との信頼関係構築と収益力向上を実現

低金利環境の長期化、人口減少による市場規模の縮小等、収益環境は厳しさを増す中、地域金融機関では、顧客とのより一層の信頼関係構築、最適なソリューション提案等、営業活動の高度化による収益力強化への取り組みが加速しています。

アビームコンサルティングは、金融機関への知見や豊富な実績をもとに、地域金融機関の主な法人顧客である中小企業向けにEBM(イベント・ベースド・マーケティング)の導入を支援します。顧客の預貸金や財務の変動等に基づく情報をイベントとして自動検知し、顧客起点で最適かつ確かな提案・アプローチを実行することで、地域金融機関における顧客との信頼関係構築と収益力向上を実現します。

## 金融機関における法人営業の課題

金融機関の法人営業は、リテール営業と異なり、資金調達、M&A、事業承継等、顧客ニーズは多様であり、ニーズ把握のための情報収集や分析に時間がかかったり、効果的なアプローチのタイミングがつかめない等のケースが散見されます。顧客との関係性向上とそれに伴う収益力向上には、データを基にいち早くニーズを把握し、顧客に応じた営業アプローチを実現することが重要です。

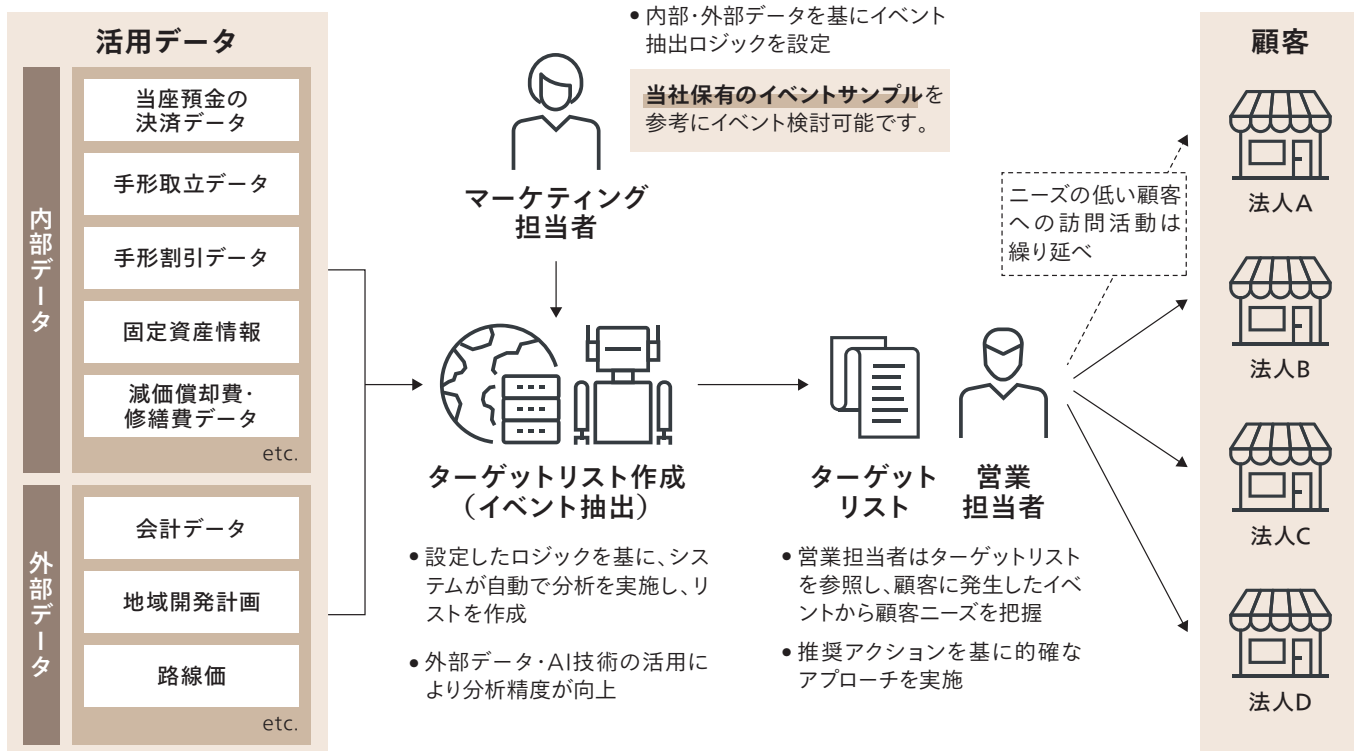
## EBM導入による営業活動高度化支援サービス

EBM(イベント・ベースド・マーケティング)は、データから顧客に発生するイベント(創業10周年等の経過年数、売掛金の回収状況悪化等)を検知し、これを顧客のニーズ発生 の契機と捉え、顧客へ最適なタイミングでの確かなソリューションを提案するためのマーケティング手法です。

アビームコンサルティングは、金融業界における営業やデータ分析の知見をもとに、地域金融機関の主な法人顧客である中小企業向けにEBMの導入を支援します。中小企業法人の属性情報や預貸金、財務の変動等のデータを基にイベントを自動で検知し、イベントが発生したターゲットリストを営業担当者へ連携することで顧客起点の営業活動を実現します。

当社独自のアプローチにより、営業現場での実効性のあるイベントの設定、イベントを抽出するロジックの設計と開発、EBMの本番運用に向けた営業店での試行をクイックに実施することが可能です。

## 中小企業法人向けEBMの目指す姿



## EBM導入までのプロセス

中小企業法人向けEBMの導入には、対象イベント設定、イベントの設計・開発、営業店での試行、本番運用のプロセスがあります。検知すべき顧客イベントを設定する際には、顧客ニーズを適切に把握するために現状有しているデータの制約も加味しながら、営業現場で実効性あるイベントを設定することが重要となります。当社の過去実績に基づくイベントサンプルを参考に検討することで、業務観点とデータ観面の両面を考慮したイベントの設定が可能です。また、イベントの設計・開発では、アナリティクスのリーディングカンパニーであるSAS社の分析基盤を活用し、イベント抽出ロジックの精緻化や予測モデル等を利用した高度なイベント作成を実現いたします。

デジタルを活用した  
業務改革のケイパビリティ



最先端アナリティクステクノロジー  
(データ分析・予測モデル)



### A 対象イベント設定

商材やサービス、顧客セグメント等の検討軸を設定した後、営業現場へのヒアリング等の検討材料を基に、本番運用での実現可能性を考慮した暫定版のイベントリストを作成いたします。

### B イベントの設計・開発

イベント開発で利用するテーブルに対して、基礎分析にてデータの特徴を確認したうえで、イベント発生顧客を抽出するロジックを精緻化し、プログラムを開発いたします。

### C 営業店での試行

本番運用に向け、ターゲットリストを用いた営業活動の有効性や運用の実現性といった検証ポイントを設定したうえで、少数の営業店で試行を実施いたします。その後、試行結果を効果検証いたします。

## EBM導入によってもたらされる効果

EBMの導入を通じた顧客起点のマーケティングを実行することによって、営業活動の高度化に加え、効率化と標準化を実現し、顧客とのより一層の信頼関係構築とそれに伴う収益力向上を実現します。

### 営業活動の「高度化」

顧客に発生するイベントを自動で検知できるようになるため、顧客のニーズを把握し、最適なタイミングでの確かなソリューションの提案を実現できます。

### 営業活動の「効率化」

営業担当者はターゲットリストを基に、顧客ランクやイベントの重要性から、営業活動の優先順位付けを行うことができるようになり、効率的な営業活動を実現します。

### 営業活動の「標準化」

営業経験が少ない営業担当者であっても、営業現場の声や過去実績をもとに設定されたイベントを基に提案できるようになるため、営業活動の標準化を実現できます。

顧客との信頼関係構築



収益力向上