

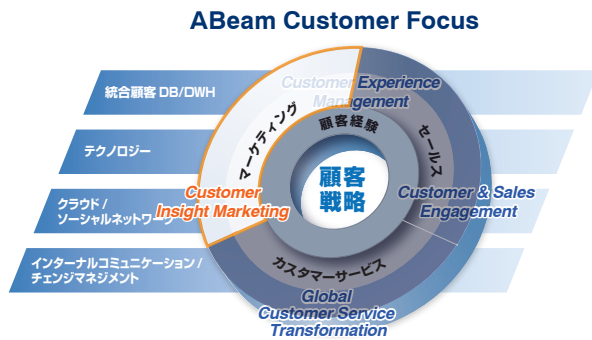
ABeam Customer Focus

# Customer Insight Marketing

## 消費者インサイトに基づくマーケティングプロセス変革ソリューション

現代は高度成長期時代とは違い、「作れば売れる」という時代ではなくなった一方で、爆発的ヒットを飛ばす商品・サービスもあります。そのため消費者の隠れた消費者インサイト（潜在的ニーズ）を発見し、それに合わせて商品・サービスを開発し、キャンペーンを実施することが一層重要になっています。

アビームコンサルティングは Customer Insight Marketing (CIM) を提供し、深い顧客理解と、それに基づく立案・実務を遂行する消費者インサイト主導のマーケティングを支援するとともに、必要なマーケティングプロセス変革を推進いたします。



### CIM の適用により

- 1) 消費者自身も気づいていない消費者インサイトに着目した深い顧客理解
- 2) 消費者インサイトに基づく顧客セグメント別マーケティング施策の立案・実施および円滑な実施のための仕組み変革
- 3) マーケティング ROI による施策の効果検証、検証に基づく施策・仕組みの継続的な改善活動を可能にします。

## サイコグラフィックセグメンテーションによる深い顧客理解

消費者インサイトによる心理的反応の違いから消費者をセグメント分けすること（サイコグラフィックセグメンテーション）で、顧客理解をより深めます。

**価値階層**

信条・信念

価値意識

心理的ベネフィット

機能的ベネフィット

属性/機能の選好

サイコグラフィックセグメントは年齢分布などのデモグラフィックな変数と対応させていくことが可能

一定の年齢層にはさまざまなサイコグラフィックセグメントが含まれる

セグメントI

セグメントII

セグメントIII

セグメントIV

セグメントV

セグメントIV

セグメントVII

**価値意識・心理的ベネフィットを中心にクラスター化**

**サイコグラフィックセグメンテーション**

自分を持っている

先頭に立つのが好き

超ポジティブタイプ 16%

II. オレサマタイプ 18%

自分世界が好き VII. こだわりタイプ 5%

自分には自信がない VII. 遠慮がちタイプ 18%

IV. 現実主義タイプ 15%

III. カッコ良さ重視タイプ 8%

V. 人任せタイプ 21%

誰かについていくのが好き

自分に自信がある

トレンドを追うのが好き

流されやすい

**セグメントプロフィール**

価値観

- 壁を乗り越える自信あり
- 積極的・能動的
- 成功意欲が高い
- よく人から相談を受ける
- 感受性強い
- 高い倫理意識
- 自信の付
- 他人の
- リーダー
- 本音で
- 多様性

こだわりの商品・サービス

- 携帯電話
- 洗顔料
- シャンプー
- デジタル一眼レフカメラ
- リンス

基本属性

1. 性年齢別: 女性60代 (15.6%) / 男性50代 (12.3%) / 男性20代 (11.5%)
2. 職業別: 専業主婦 (22.1%) / パート・アルバイト (13.9%) / 会社員-事務系 (10.7%) / 会社員-技術系 (10.7%) / 会社員-その他 (10.7%)
3. 世帯年収: 400-600万円 (20.5%) / 200-400万円 (18.9%) / 600-800万円 (18.0%)

セグメントごとに商品・サービス別のこだわり度合いや価値などを描写

## 消費者インサイトに基づく立案／実務遂行と実施プロセスの仕組み変革

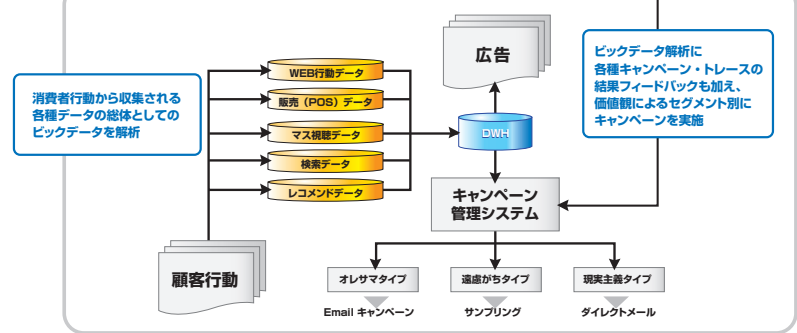
CIM では、価値観別に分類したセグメントごとに精緻なニーズ分析を行い、マーケティング施策の立案・実施を行います。さらに連動して、必要なマーケティング実施の仕組みを変革していきます。



### セグメント別のマーケティング施策立案

セグメント名	特徴	対応方針	アプローチ案 (メディアミックスに対しての個別プラン)
<b>超ポジティブタイプ</b>	論理的思考があり、自身を持って自己の判断で行動します。バランス感覚がよく、他者からもよく相談されます。	● センスの良さを追求 ● 自分に合うことを訴求 ● 説明できるチャネル(店舗・営業マン・動画)の活用	● 有名ブランドとの提携カード作成 ● コンシェルジュ/資産運用サービス付帯 ● 複数カードをまとめられる機能搭載 ● 営業マン/店舗で納得感のある説明を実施
<b>オレサマタイプ</b>	確固たる自分を持ち、また自信もあるために積極的に行動しリーダーシップをとろうとします。その反面、主張が強すぎるためか、他者からは敬遠される傾向もあります。	● 独自性を訴求 ● 低価格・お得さを訴求 ● 自分に合うことを訴求	● 券面カスタマイズサービス(例:自己デザインなど) ● 特定日ポイント還元率UP ● パーソナライズ DM 発送
<b>カッコよさ重視タイプ</b>	行動力があり、考えるよりも先に体が動く右脳派です。有効に頼るために人からもよく相談されます。	● 実用性を重視 ● プレミアム価格を設定	● 会員限定シークレットイベント招待 ● プライオリティバス/プラチナ、ブラックカード訴求 ● コンシェルジュサービス付帯 ● 高級品取扱店/ホテルの加盟数増加 おおよび高級感のあるカウンターでの販促活動
<b>現実主義タイプ</b>	現状(政治・社会など)を肯定し、平穏な生活に価値を見出す現実主義者です。自分のやること、仕事などについては自分独自のルールを固守する保守主義者でもあります。	● センスの良さを追求 ● 自分に合うことを訴求 ● アフターサービス重視	● 特典充実(例:ビジネスクラス航空券など) ● 有名ブランドとの提携カード作成 ● 保険サービス、トラブル対応サービス充実 ● カード活用方法訴求(家計簿サービス)

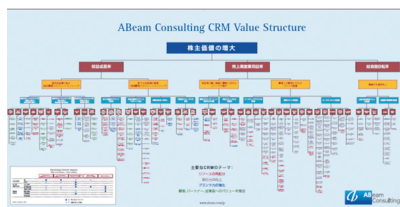
### セグメント別のマーケティング施策実行



## 施策の効果検証と施策／仕組みの改善活動

アビームコンサルティングの多様なマーケティング実務経験に基づいた、マーケティング ROI 算出のための多岐にわたる KPI(主要指標)ディクショナリーを提供します。またその結果を適切にフィードバックし、キャンペーン単位で見直しを図るのみならず、企業におけるマーケティング関連の仕組みを継続的に改善していくスキームも用意しています。

### マーケティングROI算出



キャンペーン単位の  
PDCAサイクル見直し

各種マーケティング関連の  
仕組みの継続的改善

## CIM のアプローチ

CIM を企業のマーケティング活動に適用することで、消費者インサイトによる深い顧客理解に基づいて商品・サービスを開発したりマーケティングキャンペーンを立案・実施することが可能になります。さらにマーケティング実務の仕組みも消費者インサイトを基準に同時並行で再編成していくことができます。

