

報道関係各位

2012年 11月 5日

## マーケティングセミナー「ビッグデータで実現する“おもてなし”顧客対応」を東京本社で開催 ～ 顧客生涯価値を軸とした PDCA サイクルの実行 ～

株式会社構造計画研究所（本社：東京都中野区、代表取締役社長 CEO：服部正太）は、CRM（顧客関係管理）や『ワン・トゥー・ワン・マーケティング』の草分け的存在である阿部 誠 氏（東京大学大学院 経済学研究科 教授）を講師にお招きし、「ビッグデータで実現する“おもてなし”顧客対応 ～顧客生涯価値を軸とした PDCA サイクルの実行～」と題した無料セミナーを開催いたします。

国内市場における顧客ニーズの細分化に伴い、現場の販売員様が店舗で実現されてきた細やかで高度な接客が、WEB ページなどのオンラインの販売チャネルにおいても求められるようになってきました。このような顧客の特性に合わせた『ワン・トゥー・ワン・マーケティング』を実現するためには、多様・複雑かつ膨大な顧客データ（ビッグデータ）から、有益な知見をリアルタイムで得ることが喫緊の課題となっています。

本セミナーの基調講演では、CRM（顧客関係管理）や『ワン・トゥー・ワン・マーケティング』分野の草分け的存在である阿部 誠 氏（東京大学大学院 経済学研究科 教授）に昨今のトピック「ビッグデータ」の基礎と活用方法についてご講演いただき、メインセッションにてシニアデータアナリスト 西山 直樹（株式会社構造計画研究所 情報通信営業部）より、大手通信販売事業者様の具体的な事例を交えながら、実務レベルでのデータ分析・活用方法についてご紹介いたします。

---

マーケティングセミナー「ビッグデータで実現する“おもてなし”顧客対応」  
～顧客生涯価値を軸とした PDCA サイクルの実行～  
<https://kke.smartseminar.jp/public/seminar/view/706>

---

### ■ セミナー概要

日 時：2012年 11月 16日（金） 14:00 受付/14:30 開始/17:00 終了

場 所：株式会社構造計画研究所 新館 B1 レクチャールーム

東京都中野区中央 4-5-3（地下鉄丸ノ内線「新中野」駅（1番出口）より徒歩1分）

対 象：「マーケティング担当」「WEB 担当」「営業企画・広告担当」「データ分析担当」の皆様

定 員：80名（定員になり次第、締切とさせていただきます）

参加費：無料（事前登録制）

申し込み方法：以下のサイトから直接お申し込みください。

<https://kke.smartseminar.jp/public/seminar/view/706>

### ■ 講演プログラム

【1】14:30～14:40 ご挨拶および当社のご紹介

【2】14:40～15:30 スタートアップ講演「RFM データを用いた顧客生涯価値の算出：既存顧客の維持介入と新規顧客の獲得」

（講師：東京大学大学院経済学研究科 教授 阿部 誠氏）

【3】15:30～15:40 - 休憩 -

【4】15:40～16:30 メインセッション「大手通販事業者における中長期的顧客マネジメントとプロモーション効果」

（講師：株式会社構造計画研究所 シニアデータアナリスト 西山 直樹）

【5】16:30～17:00 サブセッション「最新のデータ分析ソリューションのご紹介」

- ▶ 次世代型レコメンド「コンシェルジュ・レコメンド」のアプリ EC サイト向けデモをご覧ください。

【6】17:00～17:30 無料相談会（事前予約制）

## ■ 講演要旨

<東京大学大学院 経済学研究科 教授 阿部 誠氏の講演要旨>

個人レベルの消費者行動データが POS やインターネットなどから収集されるようになり、実務の世界では大量なデータをどのように活用するかを模索している段階で、個人レベルデータの研究の重要性、必要性は非常に高まっています。顧客を単なるブラック・ボックスとしてではなく、個々人の行動自体をより深く理解することによって、CRM やワン・トゥー・ワン・マーケティングのような顧客レベルのマーケティング活動に応用できます。今回は、「消費者行動理論に基づいた個人レベル RFM 分析」を中心にお話しいたします。

※RFM 分析： R (recency : 最新購買日), F (frequency : 購買頻度), M (monetary-value : 1 回当たり購買金額)の略。優良顧客の判別に広く用いられている。

<株式会社構造計画研究所 シニアデータアナリスト 西山 直樹の講演要旨>

通販事業者様では、お客様毎に送付するカタログのカスタマイズや DM の送付などを通して、お客様の特性に合わせた CRM 活動を実現しています。昨今では、より詳細なお客様の購買行動のデータが蓄積されることにより、これらのデータを分析することで、潜在的な購買行動のパターンの発見や、そのパターンに適合したプロモーション施策の実現が可能になってきています。今回は実際の取り組み事例を交えながら、顧客生涯価値を軸とした PDCA サイクルの実行についてお話しします。

## ■ 会社情報（ <http://www.kke.co.jp> ）

構造計画研究所は 1956 年に建物の構造設計業務からスタートし、それら人工構築物を取り巻く自然現象（地震、津波、風など）の解析やシミュレーションを行う業務を手がけ、さらにはソフトウェア開発をはじめとする情報通信分野、CAD/CAE などの製造分野、そして人間の意思決定支援分野にまで事業領域を広げてきました。当社は知の循環から生まれる「工学知」を用いてより高い付加価値を提供する知識テクノロジー企業として、また「プロフェッショナル・エンジニアリング・デザイン・ファーム」として、組織や社会が抱える課題を解決いたします。現在は、特に「防災」「スマート」「ビッグデータ」を重点テーマとしてとらえ、高い品質を強く意識したエンジニアリングコンサルティングを展開しています。

## ■ 本件に関するお問い合わせ先

- ・セミナー内容、参加申し込みに関する窓口

株式会社構造計画研究所 情報通信営業部 野深裕也、西山直樹

TEL:03-5342-1121 e-mail: telcom@kke.co.jp

- ・報道メディア関係窓口

株式会社構造計画研究所 広報担当 金弘宗、竹田千裕

TEL:03-5342-1006 FAX:03-5342-1053 e-mail:kkeinfo@kke.co.jp

- ※ 構造計画研究所および、構造計画研究所のロゴは、株式会社構造計画研究所の登録商標です。その他、記載されている会社名、製品名などの固有名詞は、各社の商標又は登録商標です。
- ※ 当社では、お客様やパートナーから発表のご承認をいただいた案件のみを公表させていただいております。ニュースリリースに記載された情報は、発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。あらかじめご了承ください。