



# 電鉄系**商業施設**における 顧客分析の**内製化**の実現事例

スプリームシステム株式会社



**事業概要**

**関東の鉄道路線や、商業施設やオフィスを  
運営する電鉄系企業**

**販売チャネル**

**主に店舗**

**会員数**

**160万人以上**  
(2022年、グループのクレジットカード会員数)





# 顧客分析の内製化効果

分析にSQL不要なaimstarを活用し、自社内でリアルタイムに分析軸を変えながら顧客分析が可能に。更に商業施設の購買データやアプリデータ、カードデータ等を一元管理することで、今まで把握できていなかったクレジット決済やポイント付与と顧客ロイヤリティ化の関係性の分析や、共通ポイントによるグループ内店舗での買い回り状況の把握を実現。

分析に関して	Before	After
対応者	外部ベンダー	自社(マーケティング部など)
スピード	分析依頼から数日~2週間	最短即時
ユーザー解像度	購買履歴やアプリデータが紐づいておらず、ユーザーの解像度が荒い	購買履歴やアプリデータなどを統合しユーザーの行動や属性を可視化
分析内容	過去の購買推移等	クレジット決済やポイント付与と顧客ロイヤリティ化の関係性や、売上や顧客数の将来予測など





# 内製化後の実施策例

分析の内製化、データの一元化により、自社ユーザー部で課題や対策の検討をしながら様々な施策を実施。

## 施策例

## 概要

### KPI設計

顧客属性や利用属性別での顧客数や利用金額などの推移を自動レポート化。課題の可視化が随時可能になり、KPIの策定、効果検証を実施。

### グループ内/グループ外 利用最大化施策

共通ポイントによるグループ内店舗での買い回り状況を分析、利用金額多いユーザーのパスを特定し、アプリ通知などでそのパスに誘導し、利用最大化を促す。

### <例>



カード契約



百貨店



スーパー

「カード契約→百貨店購買→スーパー購買」の利用金額が多く、継続率が高い



カード契約



百貨店



アプリからスーパーの利用を促す





データ統合・分析・施策実行まで可能なAll in Oneソリューションです。  
データを活用し顧客のエンゲージメントを高め、LTV向上を実現します。

## point 1

システム部に依存せず、  
あらゆるチャネルの  
データ統合を簡易に実現

ドラッグ&ドロップで  
顧客軸でデータ統合！



## point 2

100種類以上の  
分析テンプレートを用い、  
深い顧客分析を実現

顧客購入行動把握の  
テンプレート例

顧客別売上分析	N回目購入属性別分析
RFM分析	初回購入属性別リピート分析
購入転換率・タイミング分析	購入/サイトアクセスRF分析
顧客ポートフォリオ分析	顧客別定期契約リスト
顧客ポートフォリオ推移分析	顧客別初期/直近売上分析
RFMセグメント推移分析	顧客別リピート間隔分析
初回購入月別レポート分析	顧客別メイン購入商品分析
RFMリピート率分析	顧客別メイン購入属性分析

## point 3

4つの観点から、  
AIがOne to One  
メッセージを自動化

Target



Offer



Timing



Channel





商業施設にて、One to Oneマーケティングを通じて、  
顧客とのエンゲージメント向上を実現されたい方はぜひご相談ください。

## aimstar製品ページ

<https://aimstar.net/>

aimstarの製品ページでも資料請求・お問い合わせができます。  
資料の郵送も承ります。

### 電話でのお問い合わせ

**03-5956-3426**

平日9:00～17:00

### メールでのお問い合わせ

[info@supreme-system.com](mailto:info@supreme-system.com)

会社名・氏名・メールアドレス・電話番号を  
ご記入の上、お問い合わせください

