

休眠顧客を分析し売上を最大化

分析データに基づいたアプローチにより休眠顧客の売上を最大化します。

休眠顧客掘り起こしの実績データを多変量解析の手法の一つ“ロジスティック回帰分析”を使用し、購入顧客の傾向を分析し、休眠顧客リストに購入確率を導きだし、効率良く掘り起こす事で売上を最大化します。

$$A\text{さんの購入確率} = a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 \dots$$

重み項目 (例: 性別・年齢・購入回数等)

※ 手作業では扱いきれない**多くの項目数** (分析軸) を分析し、**ひとりひとりの購入見込度を算出**する為、限られた分析軸でセグメントするよりも、精度が高くなります。

活用例

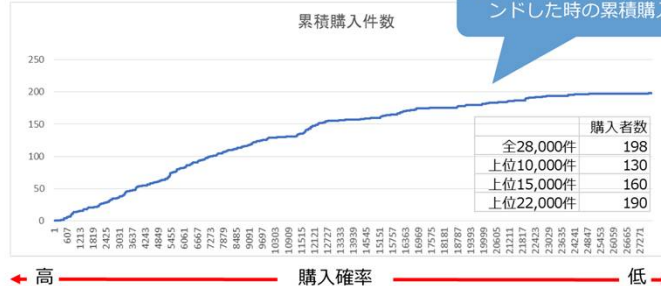
購買確率を付与した休眠顧客リストにアウトバウンド実施

購入確率を付与したリスト

| ID | 性別 | 年齢 | 住所 | 確率 |
|-----|-----|-----|-----|-------|
| 11 | 0 | 2 | 16 | 0.674 |
| 12 | 1 | 1 | 12 | 0.265 |
| 13 | 0 | 4 | 30 | 0.413 |
| 14 | 1 | 3 | 9 | 0.064 |
| 15 | 1 | 6 | 22 | 0.754 |
| ... | ... | ... | ... | ... |

アウトバウンド

結果



購入見込度の順番にアウトバウンドした時の累積購入件数

- ・全リスト28,000件のうち、上位22,000件に96%の購入者がいた。
→受注率：0.9%
- ・下位6,000件での購入者は8件
→受注率：0.1%

- ・下位6,000件は無駄なコスト
- ・次回の下位20%は掘り起こし対象外

効果



- ✓ 統計解析により、「購入確率」の高い順に効率良く掘り起こしをする事で、無駄なコストを削減でき、売上を最大にすることが可能。
- ✓ DM発送でも適用可能
- ✓ 購入確率が高い顧客属性を知ることにより新規獲得施策へフィードバック可能