dentsu

NEWS RELEASE

株式会社 電通

コーポレート・コミュニケーション局 広報部 105-7001 東京都港区東新橋 1-8-1 Tel 03-6216-8041

http://www.dentsu.co.jp/

2013 年 5 月 16 日 株式会社電通 株式会社 J P メディアダイレクト

銀行の個人リテール分野の金融商品購買率向上を実現する 金融マルチチャネル最適化プランニングサービス「金融 MCAP」を開発

株式会社電通(本社:東京都港区、社長:石井 直)は、日本郵便株式会社(東京都千代田区、代表取締役社長 鍋倉眞一)の子会社である株式会社JPメディアダイレクト(本社:東京都港区、代表取締役 CEO:中島直樹)と共同で、銀行の個人リテール分野における金融商品購買率の向上を実現する新しいサービスとして、金融マルチチャネル最適化プランニングサービス「金融 MCAP (Multi Channel Allocation Planning)」を開発しました。

社会インフラの IT 化の進展により、インターネットバンキングの普及やネット専業銀行の登場など、リテールサービスが多様化したことで、銀行は生活者との関係性をより強化する必要に迫られています。一方で、銀行と生活者との接点である販売チャネルは、有人店舗からインターネットまで多岐にわたり、今までのように有人店舗だけでは個人顧客との関係が希薄化する傾向にあります。

そのような環境の中、「金融 MCAP」は、第 1 の営業チャネルとして位置付けられている有人店舗に加え、「ホームページ」「インターネットバンキング」「モバイルバンキング」「電子メール」「DM」「コールセンター」などのダイレクトチャネルを第 2 の営業チャネルと定義し、これらの連携により未力バー顧客へのリーチ拡大とニーズの掘り起こしを行い、成約率に直結するサービスを提供いたします。

本サービスでは、電通が「顧客・市場分析」「コンサルティング」「マス・プロモーション」、 JP メディアダイレクトが「ダイレクト・プロモーション」「施策効果分析(PDCA)」「事務局 業務」を担当いたします。また「コールセンター」「WEB プラットフォーム」「クライアント 顧客データ管理」などシステム面のサポートは、株式会社電通国際情報サービス(本社:東京 都港区、社長:釜井節生)の協力を得て行います。

各社の専門スタッフで構成するチームが、銀行のマーケティング部門を継続的にサポートすることで、有人店舗とダイレクトチャネルを融合した最も費用対効果の高いマーケティングスキームの運用を実現します。

「金融 MCAP」の特徴とサービス概要、およびマーケティングスキームは次のとおりです。

●「金融 MCAP」の特徴

特徴①:ダイレクトチャネル効果の最大化

顧客データベースやCRMシステムと、 コールセンター、WEBサイト、DM等の ダイレクトチャネルを複合的に活用することで マーケティング効果を最大化。

特徴②:顧客リーチの拡大

ダイレクトチャネルを第2の営業チャネルと して位置付け、有人店舗との連動を図り、 従来の営業ではカバーできなかった 8割の口座開設顧客に対する 金融商品販売を強化。

金融MCAP

ダイレクトマーケティングを 成功させるための パートナーサービス

特徴③:マーケティング施策の効率化

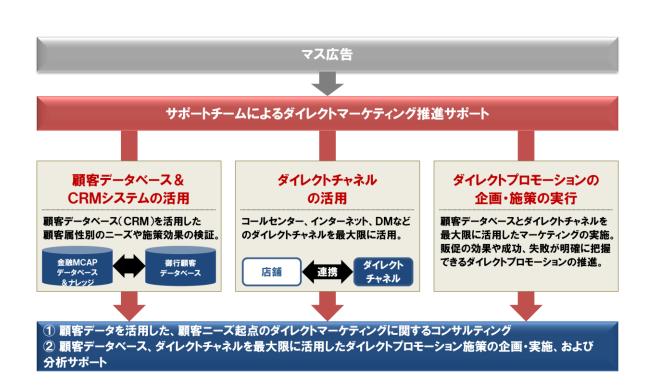
独自の調査手法により 顧客の分類とバリューを把握。 施策効果をKPI・KGIを用いた指標で 検証するPDCAを行い、 費用対効果の高い施策を立案・実施。

特徴④:最適化マーケティングの実践

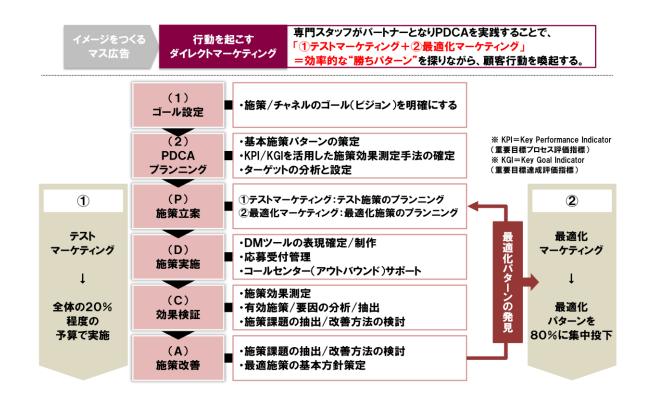
全体予算の2割でテストマーケティング を実施。PDCAを通じて、購買(成約)率 の高い施策に残り8割の予算を集中投下。 最適化を図ることで、全体の購買率の 底上げを実践。

●「金融 MCAP」サービスの概要

「顧客データベース (CRM)」と「ダイレクトチャネル」をマス広告施策に連動させながら、銀行マーケティング担当者による口座開設顧客への、効果的なダイレクトマーケティングをサポートしていきます。



●マーケティングスキームの流れ



以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社 電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報 1 部 渓 朋子 TEL:03-6216-8041

【サービスに関する問い合わせ先】

株式会社 電通 ビジネス・クリエーション局 コンサルティング室 鍋島 浩 TEL:03-6216-2452 株式会社 JPメディアダイレクト プロデュース本部 プロモーション企画部 松本 宏行 TEL:03-5157-6074