



日経リサーチ、顧客情報戦略の新サービス『ミルフィーユ』の提供開始 顧客情報の拡張・分析で企業のビッグデータの活用をバックアップ

2014年4月16日
株式会社日経リサーチ

株式会社日経リサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:中村 良)は、企業のより効果的なマーケティング活動を顧客データの拡張と分析で支援する新サービス『ミルフィーユ』の提供を始めました。

■サービスの特長

企業は購買履歴などのビッグデータや顧客属性データを、新製品開発や販売促進に活用するマーケティング戦略を推進しています。ただ、データの量が膨大であっても、必ずしも知りたいデータが含まれていないことも多く、データの価値を引き出す手法がもとめられています。今回、日経リサーチが開発したのは、生活者のライフスタイルや価値観、消費行動など日経リサーチが保有する調査データを、企業が保有する顧客データに融合することで顧客情報戦略をより効率的に進めることができる分析サービスです。データ融合と特定セグメントの抽出という2つの技術を使うことで、企業は顧客理解の推進や優良顧客・潜在顧客の特徴の発見などが可能となり、CRMに外部の調査データを直接活用することが可能になります。

詳しくはこちらをご覧ください。

<http://www.nikkei-r.co.jp/domestic/bigdata/analyse/?20140416a>

〔顧客理解を推進するために〕

日経リサーチは「消費・購買行動」「金融行動」「ライフスタイル意識」「価値観」「個人属性・世帯形態」など1500項目以上の調査データを基に、20万人規模の生活者データベース『日経リサーチシングルソースDB』を構築しています。この生活者データを独自開発の融合技術を用いて一人ひとりの顧客データに融合することで、顧客理解の推進につながる価値あるデータとして、直接CRMにご活用いただけます。

〈顧客の特徴を効率的に発見するために〉

購買履歴や顧客属性、テキストデータなど多様な種類・形式のデータを組み合わせて分析する新技術により、顧客の特徴を効率的に発見することが可能となりました。客層別の意識や購買行動などへの理解が深まることで、優良顧客へのゴールデン・ルートの発見にもつながります。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社日経リサーチ 営業本部 担当:中谷、岡

TEL:03-5296-5181 (平日 10:00~18:00) E-Mail:consulting@nikkei-r.co.jp