金融分野での業務コンサルティング経験と日立グループ企業SI支援で
培ったノウハウを基にマーケティング戦略立案を支援

HITACHI
Inspire the Next

IoTを活用した顧客接点強化に向けた マーケティング戦略立案コンサルティング

金融サービス業・マーケティング戦略立案

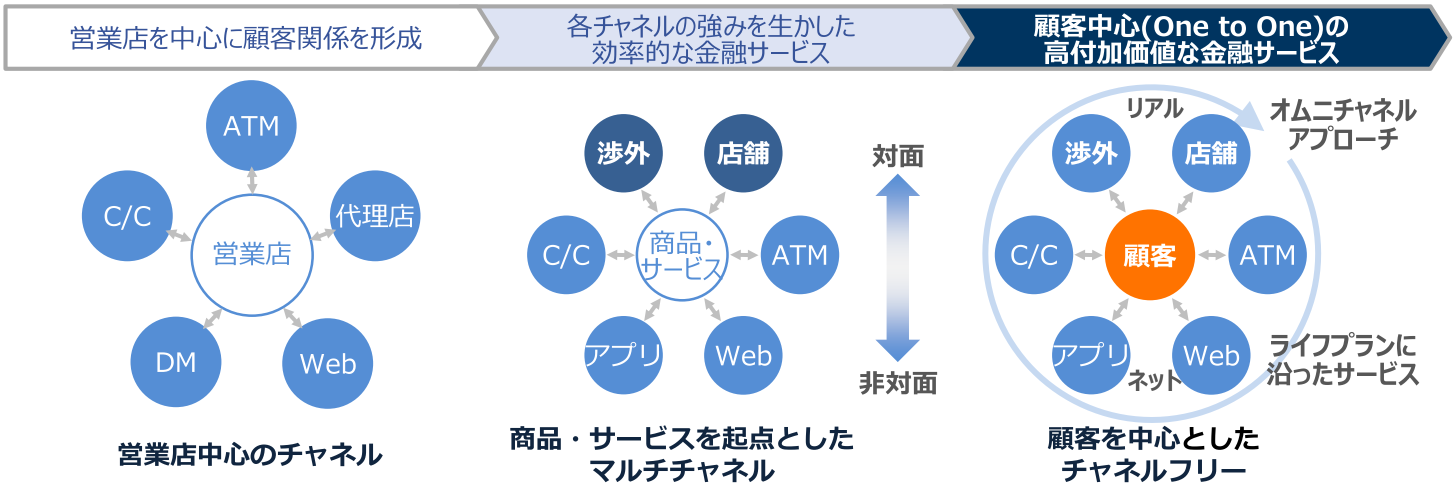
デジタル技術の進展に対応した金融サービス業のマーケティング戦略の立案をサポート

金融機関におけるマーケティングの課題

マーケティングにおいて金融業が特殊となる根本的な理由は、「無形性の高いサービスをマーケティングしなければならない」ことにあると考えられています。これは、金融業がサービスを提供するプロセスでは、顧客との接触機会が多く、中途段階での利便性や快適性といった要素が顧客の感じる価値に大きな影響を与えることを意味しています。
このため、オペレーションのプロセスをいかに設計し、顧客の満足度を高めるかが非常に重要な要素であると考えられます。

商品起点・チャネルで分断されたサービスから顧客中心のサービスへ

社会構造の変化やITの革新は、消費者のライフスタイルを大きく変革させるだけでなく、金融商品・サービスに対するニーズを多様化させてきています。こうした外部環境の変化により金融機関は、従来にも増して顧客本意の良質なサービスを適切なタイミングと適切なチャネルで提供することを強く求められており、そのためには他社との差別化を強く打ち出した顧客視点での独自のマーケティング・チャネル戦略を策定していくことが重要となってきています。



顧客中心サービス・チャネルを実現するための主なマーケティング手法

デジタルマーケティング

デジタルを活用してマーケティング目的を果たす手法。デジタルデバイス、デジタルテクノロジー、デジタルメディアを利用すると企業や消費者にさまざまなデータがため込まれる。その蓄積されたデータを活用しマーケティング効果を高める手法。

オムニチャネル・マーケティング

実店舗やECサイト、スマートフォン・アプリ、SNSといった顧客接点を統合し、時間や空間の制約なく、質の高い顧客体験を提供するマーケティング・コンセプト。

マーケティング・オートメーション

さまざまな施策で獲得した見込み客情報や企業が保有する顧客データを一元的に管理し、一人一人の状態をスコアやフラグで識別しながら、事前に設定したシナリオで、適切なコンテンツを適切なタイミングで届けることにより育成。見込み度を高めたうえでの営業やコールセンターへの引き渡し、来店促進施策への適用、オンラインでの購買促進活動などの施策を自動化する仕組み。

デザインシンキング

優秀なデザイナーやクリエイティブな経営者の思考法をまねることで、新しい発想を生み出そうとする手法。デザイナーが重視する生活者が、「どのような行動を取り」「どのような考え方をし」「どのような感情を示すか」を、詳細な観察やインタビューなどを実施し、把握することが発想の起点。

株式会社 日立コンサルティング

本ソリューションの特長

金融分野でのコンサルティングと日立グループSI支援の両者で培ったノウハウを体系的に整備

銀行・保険・証券などの各金融分野での業務コンサルティング経験と日立グループ企業が推進するSIプロジェクト支援から得たITに関する知見を基に、マーケティング戦略から実行施策立案までのプロセスを体系化しています。

1. **各金融分野での業務・ITコンサルティング経験を基にしたテンプレートの活用**
2. **デザインシンキング手法を用いた顧客経験価値の創造**
3. **日立グループが保有するデジタル技術に基づくマーケティング施策立案**

プロジェクトの進め方

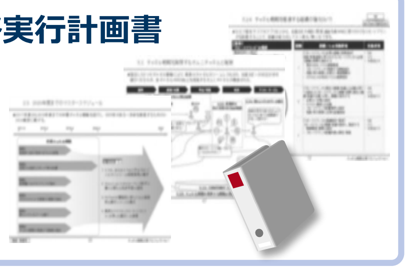
計画策定から実行施策まで4ステップで推進

工程	Step 1 計画策定	Step 2 内/外環境分析	Step 3 戦略立案	Step 4 実行計画策定
作業概要	**1-1 現状調査** 現在の施策、組織・人材、システムの情報の収集・整理・把握	**2-1 マクロ分析** PEST、バックキャスティング手法などによる現在と将来の環境の分析・把握	**3-1 CJM※策定** デザインシンキング手法を用いて顧客の購買行動を整理・分析し、CJMを作成 ※Customer Journey Map	**4-1 実行施策策定** • 商品、サービス、チャネルに関する施策を特にデジタルマーケティングを意識して策定 • 各施策の有効性を評価するKPI設計
		2-2 自社/他社分析 自社評価、先進的な他社事例による競合状況の把握		
	1-2 プロジェクト計画策定 「1-1」を基に計画を策定	**2-3 アンケート・インタビュー** 消費者調査により顧客の課題とニーズを把握	**3-2 チャネル戦略立案** 「3-1」を基にあるべき金融サービス、チャネルの戦略（目的、機能、効果）を立案	**4-2 組織施策策定** 戦略・施策を実行していくために適した組織編制を策定
				5 最終成果物作成

主な成果物例

✓ マーケティング戦略実行計画書

戦略・施策および具体的なスケジュールなどをまとめた計画書

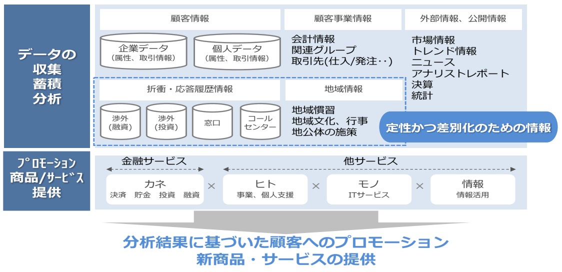


✓ カスタマージャーニーマップ

ターゲット顧客が特定サービスを利用する際に、いつ、どこで、どういった行動をするかを想定し、チャネルを通じた送客線として図示したもの

✓ DMP構成【案】(Data Management Platform)

戦略実現に向けた各実行施策を有効に機能させるために必要となるデータ基盤とデータモデル案



✓ 各種調査結果

- PEST、3Cなどによる各種分析結果
- 先進事例調査結果
- 投資対効果算出シートなど

●サービスの仕様は、改良のため変更することがあります。ご不明な点は、弊社担当営業にお問い合わせください。 ●詳細な見積条件などはwebサイトから、または弊社担当営業へお問い合わせください。

株式会社 日立コンサルティング

〒102-0083 東京都千代田区麹町2-4-1 麹町大通りビル11F　電話番号(代表)：03-6779-5500
http://www.hitachiconsulting.co.jp/