

生産性向上支援訓練カリキュラム

C. 営業・販売		顧客を理解し、適切なアプローチや戦略立案を実現しよう！	
顧客情報		顧客分析手法	
コースのねらい		データマイニング手法の活用方法を理解し、ITを活用した営業、マーケティングのための予測方法を習得する。	
対 象		(初任・中堅層向け) ・ITを活用した顧客分析を学びたい方 ・購買予測をつかみ、コストダウンを図りたい方	
講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間(H)
	1 データマイニングの適用効果	(1) 売上高向上(販促効果分析、売上予測、併せ買いパターン) ・データマイニングの活用方法について概略の解説を行う。 加て、CRM(Customer Relationship Management＝顧客関係管理)について、活用事例を含めて説明も行い、目的に応じた 有効的な分析になるための解説も行う。 (2) コストダウン(適正在庫、ロス削減) ・適正在庫の考え方などについて、全般の解説行い、安全在庫とリードタイムも説明して、実際の計算方法などについて計算を行う。加えて、コストダウンに結び付ける在庫管理及び継続するために方法について解説を行い、自身で活用できるように事例も折り込む。 (3) 顧客満足度向上 ・顧客満足度を高める目的や狙いの説明を行うとともに満足度を向上させるアンケート手法や分析方法について、各業界、商品の事例を含めて解説を行う。加えて、調査や分析での注意点の説明も行う。 ・顧客囲い込み効果、メリットの説明を行い、顧客囲い込み戦略のポイント、ツボについての解説を行う。	1.5
	2 顧客分析(セグメント、購買パターン、バスケット、販促効果)	(1) 顧客セグメンテーション ・顧客セグメンテーションが必要性、活用すべき分析方法についてと作り方(分類の仕方)について、具体的な事例を含めて解説を行う。加えて、本当に正しいものなのかどうか、しっかりと検証する必要性の解説を行う。 (2) 顧客購買パターン分析 ・顧客購買パターン分析の必要性と目的の解説を行い、主な分析方法(RFM分析等)の事例、演習を加えて、実践に活用できるように行っていく。顧客分析のメリットについても説明を行い、押さえておきたいポイントについても解説を行う。 (3) ショッピングバスケット分析 ・ショッピング(マーケティング)バスケット分析についてよく使用される用語を含めて説明を行い、分析を実施する方法について事例を含めて解説を行う。実際に活用できるように演習を含て進める。	1.5
	3 分析手法(クロス集計、相関・回帰分析、要因分析)	(1) クロス集計分析 ・クロス集計分析の行い方をメリット、注意点を交えて解説を行う。特にアンケート分析で使用されるクロス集計表やグラフ作成、見方について事例を含めて説明を行う。 (2) 相関、回帰分析 ・相関分析と回帰分析の違いについては、まずは解説を行い、目的に応じた活用方法について事例を含めて説明を行う。いろいろな相関、回帰分析があるため、概要についても説明を行い、実践で目的あった活用ができるように進める。 (3) 予測、要因分析 ・予測、要因分析の取組む目的、メリットについて、事例を交えて解説を行う。分析を行うために重要となるのがデータの収集と分析手法、人材の確保などについても注意点の説明も行う。	1.5
	演 習	・RFM分析、ショッピングバスケット分析にAIを活用した演習を行い、より有効的な活用できる解説を行う。 ・複雑な計算を用いる分析手法をAIを活用して、課題の絞り込み、打ち手の提案などストーリーとして実務で活かせる演習を行う。	
合計時間			6.0
カリキュラム作成のポイント			
経済状況も厳しさが増している中、顧客の潜在的なニーズ発掘することが重要になってきている。AIも取り入れ、データマイニング手法の具体的な活用方法を解説を通して、自社が保有するナレッジが見える化もできるようにし、競合に対する差別化戦略を実践できるようにする。			
備考			