

『分析技シリーズ』ソリューション事例



経営に活かす

① 経営幹部への営業報告が見える化



毎月の販売実績をすべてグラフ情報で報告。幹部は店別、商品別販売の全体像と推移をいつでも見ることができる。
また手元のマウス操作だけで、細部まで掘り下げた情報をグラフ化できる。

情報システム部で毎月のデータを処理。幹部用 PC には「ビューア」を装備することにより、幹部は LAN を通じてデータをさまざまな切り口でグラフ表示させることができる。

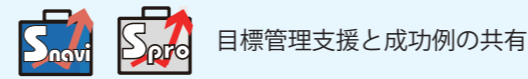
② 販売情報の共有と成功事例の応用



部署別、担当者別、商品別など、様々な角度から販売状況が見える化して情報の共有を図る。
成功事例を見つけ出し、他への応用を促進する。

顧客や商品の重点化のための ABC 分析、季節変動に惑わされない判定を助ける Z チャート、顧客や商品の状況把握を容易にする「動くポートフォリオ」

③ 計画達成のしくみ作り

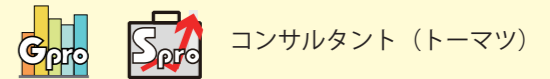


目標達成状況の月次・日次での見える化、拡販アクションの効果検証のしくみにより、計画達成を支援。

日次データの処理とグラフ化が自動で行われるので集計作業は不要。アクション計画を登録すると、それが実績グラフに表示されるので、その施策が実績に貢献したかを検証できる。
(セールス Pro はドリルダウンも可)

プロが活かす

⑪ クライアントごとの販売分析



コンサルティング先のクライアントごとに販売内容を分析するとともに、コンサル・プレゼン時のツールとしても利用。

販売データを直接加工できるので、クライアントごとのデータベースを構築しなくて済み、自動集計機能も利用すれば、多くの企業や部署の分析が手軽に行える。
7 段のドリルダウンのほか、年計グラフ。
(セールス Pro は日次集計も可)

戦略に活かす

④ 支店管内の顧客の地域分析



ポートフォリオにより、地域ごとの顧客シェアと、顧客属性や預金残高の構成を把握し、地域ごとに営業テーマ・方法にメリハリをつけて展開した。

地域別世帯数をベースとした「実シェア」を使うことにより、ポートフォリオは地域ごとの戦略のヒントを鮮明に表わす

⑤ 宣伝対象地域の効果的な選定



フィットネスの会員を地域ごとに仕分けして、その地域の対象年齢層の人口に対する会員シェアを使ってポートフォリオ分析。
会員数の伸びと現在のシェアの兼ね合いから、宣伝を強化する地域を選定。

地図データや国勢調査データも活用して、地域特性も考慮した分析を行った。

⑥ レトルト食品の商品戦略策定

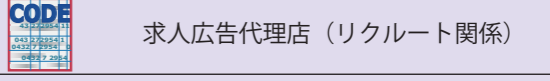


商品ポートフォリオ (PPM) を活用
商品アイテムごとに勝ち負けの基準値を決めて商品を分析、戦略を策定

「カレー関係は強者の戦略」、「おかゆ関係は弱者の戦略」といった、商品ごとのきめ細かな施策の検討ができる。

データを活かす

⑫ データに地域コードを付加

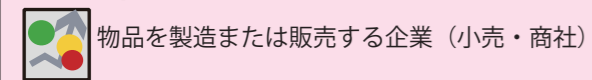


販売データに地域コードがなかったため、地域コードマスタを作り、すべての販売データに地域コードを追加して地域分析を行った。

自由なコード体系をデータに追加できるので、より詳細な分析ができるほか、システムや組織の変更があっても分析が途切れることなく継続できる。

現場で活かす

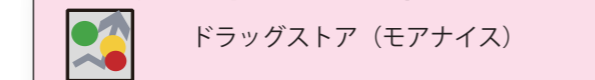
⑦ 個別商品販売動向チェック



個別商品ごとに 2 年間の販売状況をすぐにグラフ化。売上、粗利、販売数、利益率、売単価、仕入原単価、マスタ原単価、在庫数を月次・日次で一覧できる。

また赤字・低利販売・滞留商品を自動抽出して報告。日々のデータ処理は自動処理。いつでも問い合わせ可能。

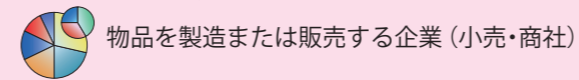
⑧ 赤字・低利販売、滞留商品の防止



日々の販売・仕入・在庫データ (POS データ可) の処理時点で報告される問題商品を、都度改善することによりロスを防ぐ。

データ集計時に、最大 6 万点の商品をチェックし、問題商品をリストアップ。それを「改善指示書」の形で印刷できるので、確実な処理を実現できる。
集計・分析・報告はすべて自動処理。

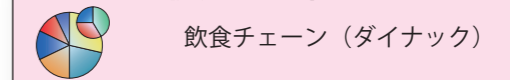
⑨ 在庫圧縮



時間軸を持つクロス ABC 分析により、期間中まったく売れなかった商品と、指定時期から売れていない商品を処分することにより在庫を圧縮した。

「直近販売日 (=最終販売日)」に特定の日を指定すると、その日以降売れていない商品を抽出することができる。

⑩ 優良顧客確保と親化工作



RFM 分析により、会員の中から 3 つのグループの顧客 3 万名を抽出して DM 発行 (年 3 ~ 4 回)
・優良顧客…優待案内
・注意顧客…また来たくなる特典付
・新規顧客…再来店を促す

25 のランクの中から、DM の目的に合わせてターゲットとする会員顧客を抽出してリスト化できる。