

顧客の購買行動データを活用した商品リコメンド

製品概要

■営業マン一人一人のアプローチの「見える化・最適化」

熟練スタッフの成約要因を共有し、営業活動全体を最適化します。購入プロセスに適した営業による成約率の向上が可能です。AI店員、AIチャットボット対応による機会損失の低減もできます。

■顧客の購買行動データを活用した商品リコメンド

購入可能性の高い商品をリコメンドします。

特徴

■過去の商談等から、下記のような項目をデータ化

- 成約有無
- 担当者ID
- RFM値（最終来店日時、来店頻度、使用金額）
- 関心行動（サイト検索、試乗、見積、関心キーワード）
- 記憶行動（会員登録、予約日時、購入希望車両、ポイント）
- 顧客ID
- 顧客属性（年齢、性別、住所、家族構成）
- 注目行動（コンタクト日時、来店日時、流入経路、滞在時間）
- 購買行動（点検、パーツ購入、下取り査定）
- 要望・依頼内容等

■成約の要因分析、ファネル分析、チャネル分析

成約に至るまでのプロセスを分解し、プロセスごとの各アクションと成約との関係性を分析する。

要因分析例

- 点検・試乗・見積もり・会員登録などが、どの程度成約に結びついているか？
- 成約のボトルネックは何か？
- 優先的にコールしたほうがいい顧客は誰か？
- 予約・フリー顧客でどのように営業アプローチを変えればよいか？

■商談データから、下記のような項目をデータ化

- 購入実績
- 顧客ID
- 担当者ID
- 顧客属性（年齢、性別、住所、家族構成）
- ライフスタイルに関する質問と回答（保有車両、保有年月、点検日、使用目的、アクティビティ）
- 購入希望車種に関する質問と回答（価格帯、好きなメーカー・ブランド、ボディタイプ）
- 要望・依頼内容等

（自動車販売の例）

■AIによる購入商品予測・リコメンド

あらかじめユーザーを顧客属性で分類、購入価格帯、用途、ボディタイプ等で分類し、発見的なルールを用いて購入車両を予測し、リコメンドする。（自動車販売の例）

■購入商品予測と、AI店員との対話例

発見的に得られた購入車両予測ルールから質問を作成し、新規顧客を分析して最適な車種をリコメンド。（自動車販売の例）

条件部（ルール）	結論部（購入車両）	スコア
価格帯=2, メーカー・ブランド=D社, 保有車両=タイプC	購入車両=タイプA	0.9
価格帯=3, メーカー・ブランド=D社, 保有車両=タイプC	購入車両=タイプB	0.8
...



商品番号

1001142

購買データ・コールログ分析とAIによる商品リコメンド