



データ活用事例

商社・建設業(BtoB)さま向け

①ロイヤルカスタマー分析

目的の設定

顧客・案件情報や営業接触履歴から

いくら受注できるのかを明らかにする

GOAL >>

優良顧客の
効率的な開拓

つぎのアクション >>

新たなイベント・
セミナー企画

既存リストに対する
正確な優先順位付け

Case 1

ロイヤル
カスタマー分析

Case 1

ロイヤル カスタマー分析

使用するデータ

顧客マスターと案件情報

リードから、商談化に至るまでに得られた企業属性や案件情報

営業活動やMAからの接触履歴

どのようなタイプのコンタクトをいつ・どう行ったか

受注履歴

- ・ 取り扱っている商品やサービスのマスター情報
- ・ 扱う商品やサービスを(フリーテキストではなく)構造化

分析結果と施策のイメージ(1)



Case 1

ロイヤル カスタマー分析

大型受注に繋がりやすいのは

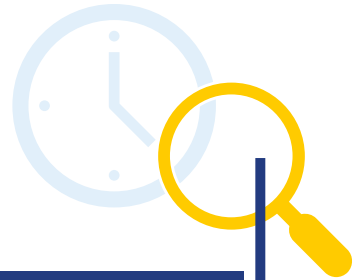
〇〇な顧客

大型受注に繋がりやすい顧客の属性や行動、
ポイントが分かれば、ピンポイントで狙う施策を検討できる

〇〇な顧客が集まりやすいイベントに
マーケティング・営業リソースを集中投下

- 対象の属性が集まりやすいイベント
- その後受注につながりやすい商談が出来る対象のリードが獲得できるイベントなど
→イベントを絞って集中投下することで費用対効果が上がることもある

分析結果と施策のイメージ(2)



Case 1

ロイヤル カスタマー分析

受注しやすい顧客には

〇〇な営業活動/マーケティング活動をしていた

受注の金額アップにつながる接触履歴が見えてくることも



営業スタッフへのトレーニングに活かすと共に
役立つマーケティング材料を制作

なんとなく経験と勘でやるよりも、受注がしやすい商談の流れがわかる

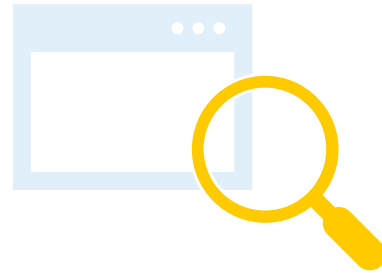
分析結果と施策のイメージ(3)

Case 1

ロイヤル カスタマー分析

優良顧客の共通した特徴は

それほど売れていない〇〇な商品への関心



商品マスタの整備によりブルーオーシャンの
発見に繋がることもある

これまでにない新たな商品企画

- 優良顧客の興味は集まっているのに売れていない
- より魅力的な商品を仕入れる・開発する
- ヒット商品になったり問い合わせのフックになることも

「ロイヤルカスタマー分析」事例まとめCase 1ロイヤル
カスタマー分析

= これらすべてを実施できると理想的

データビークルの アプローチ

データ活用のさまざまな課題に対して
どうアプローチするか

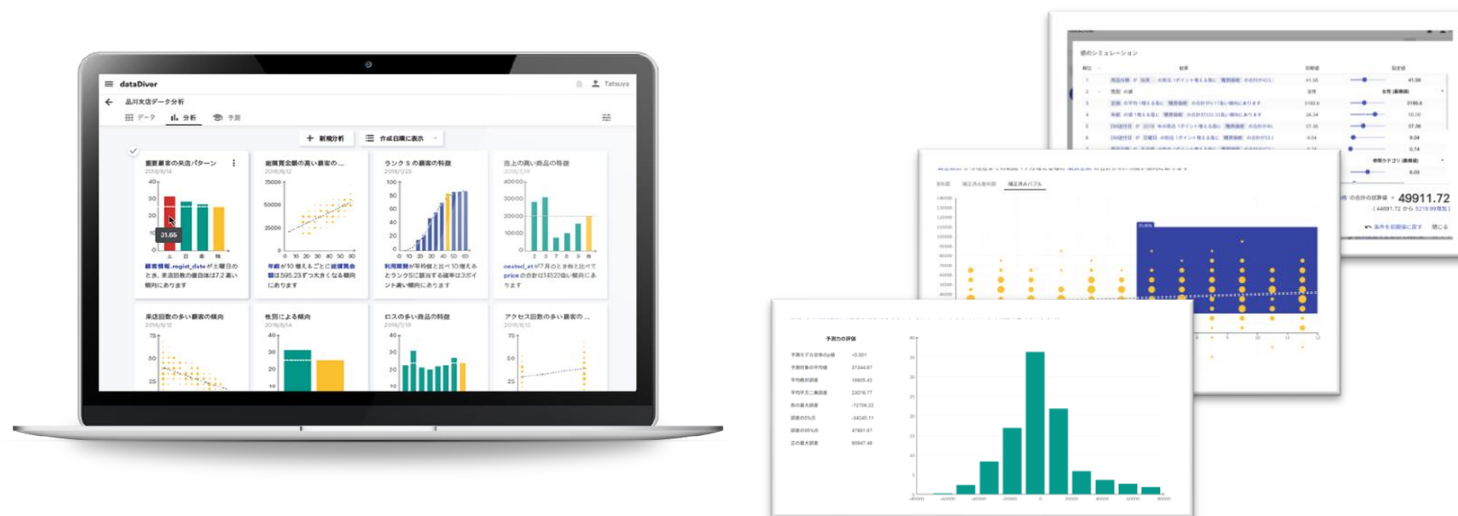


拡張アナリティクス ツール dataDiver

要因の探索・予測のための
拡張アナリティクスツール **dataDiver** なら、

誰でも簡単に高度なデータ分析が実現できます。

データ準備、洞察の生成、洞察の可視化が自動化された分析ツール。
データサイエンティストが行っているデータ準備や分析をノーコード
で実行。経営課題を入力するだけで、統計学的に大事なところだけを
「日本語で」お伝えします。



「何がどうなるとうれしいか」入力すると 分析の操作が完了

データ活用の ボトルネックと アプローチ

データ活用のボトルネック

分析用データ準備が
手間・センス頼み

変数や分析は専門的なスキルで
適した人材がいない

意思決定者が
分析結果を読めない

データビークルのアプローチ

業務データベースから
分析用データを自動生成

多様な変数から
“良い統計モデル”を自動探索

データの分析結果は
自然言語とグラフで表示

研修プログラム

オンライン研修プログラム も充実

【データ活用導入の基本プラン】

2
ヵ月

DX人材育成研修 基礎編



全社員
対象

データ分析の設計からデータに基づいた施策立案までを体験し、たった2ヵ月で自社のデータ分析課題に着手できるようになる超実践型プログラム

6
ヵ月

DX人材育成研修 実践編



DX業務
担当者
対象

データ活用に成果を感じられていないあなたの会社の実際のデータを使用し、データ活用によるDXの成果を実感できる超実践型のプログラム

【手軽に短期間で導入するなら！】

2
日間

DX人材育成研修 短期編



全社員
対象

本格的なデータ分析の基礎を凝縮し、たった2日間で身につける短期集中実践型プログラム

4
ヵ月

e-learning型 研修プログラム



全社員
対象

社内人材のデータ活用リテラシーの底上げを行うオンライン講座



データ活用に関するお問い合わせは
mail@dtvcl.com まで