

導入事例

THE CO-OPERATORS

The Co-operatorsは、潜在顧客を発掘するために、どこで、どのような販売機会があるのかを特定できる効果的な方法を販売代理店に提案したいと考えていました。



問題

The Co-operatorsは、企業やコンシューマに対する販売機会を正確に特定し、ターゲットを絞った営業活動を展開できるようにするために、販売代理店に対して営業エリア内のロケーションインテリジェンスをベースとした販売地域の情報を提供する必要がありました。

ソリューション

The Co-operatorsは、TargetPro(注1)、PSYTE(注2)、Business Points(注3)およびMapInfoが提供する各種の地理的なビジネスデータを利用することにより、販売代理店による販売促進および顧客満足につながる、より効率的で効果的なマーケティング活動の実施を支援することができました。

注1：

TargetProは MapInfo Professional をベースに、各種の統計データを組み合わせることでエリアマーケティングを容易に実現するためのツールで、米国で発売されています。日本では発売されていませんが、同等の機能を持つソリューションを提供可能です。

注2：

PSYTEは MapInfo が米国およびカナダで販売しているエリアセグメンテーションデータ(ライフスタイルクラスターデータ)です。居住地域と年収や平均年齢などのライフスタイルの関係を基に地域の特徴を表現できるデータ製品です。日本でも同等の製品を提供可能です。

注3：

Business Pointsは、北米で提供されている MapInfo のポイントデータです。日本でも同等の製品を提供可能です。

概要

企業

The Co-operatorsはオンタリオのグエルフを拠点とするカナダ有数のマルチライン保険会社です。カナダの33の団体およびそれに相当する組織が同社の保険に加入しており、その加入者数は450万人に及びます。The Co-operatorsは、住宅、自動車、生命、グループ、商業、農場の各種保険に加え、投資商品や不動産開発を中心に取り扱っています。カナダ国内での保険契約者数は100万人を超え、資産総額は60億ドル以上にも上ります。

課題

The Co-operatorsの主な販売チャネルは、同社サービスを専門に取り扱う独立系の保険代理店です。The Co-operatorsは、販売代理店が継続的に契約数を伸ばすことができるように、ターゲットを絞ったマーケティング活動と新しいサービス商品によって、販売代理店のネットワークを支援する必要がありました。

結果

The Co-operatorsは、自社のサービスが提供されていない未開拓で潜在顧客を発掘できる地域を特定するための手段として、MapInfo製品を選択し、カナダ全域に分散する430余りの販売代理店に対し、効果的な販売機会が望める地域の分析データと地域情報を提供しました。

The Co-operatorsは、TargetPro®、PSYTE® エリアセグメンテーションデータ、およびMapInfoのBusiness Points Dataを用いて、サービス地域における既存顧客の状態を示し、新しい販売機会を特定しました。The Co-operatorsのGIS/データベース コンサルタントであるChris Giovis氏は、「販売代理店が地域の情報とMapInfoの調査結果を総合的に判断することにより、担当地域における販売機会を明確に見極められるようにしたかったのです」と述べています。

またThe Co-operatorsは、販売代理店がいつでも必要ときにマーケティング キャンペーンを引き出せるようにするためのオンラインツールも提供しています。このサービスによって、地域特性に合った商品を選択し重点的に取り扱い、契約数を拡大させるかを販売代理店の担当者は検討することができます。これによって販売代理店では、ダイレクトメール送付後のフォローアップ活動をより適切に管理することができるようになります。

さらにThe Co-operatorsは、販売代理店が取り扱っている商品と地域に基づく月刊ニュースレターを発行しています。このニュースレターは各販売代理店に合わせて作られているため、各販売代理店のサービス地域に特化した人口統計データを追加しており、販売代理店が顧客に合ったダイレクトメールやサービス商品を提供できるようになっています。

あるサービス地域を新たに担当することになった販売代理店が、前の担当代理店の販売マニュアルを引き継いだという事例もあります。ロケーションインテリジェンスを有効活用できる MapInfo 製品を活用することで、The Co-operatorsは、経験が少ない新規加盟の販売代理店がどの地域でビジネス拡大を行うべきかをすばやく絞り込めるよう支援しています。Giovis氏は次のように語っています。

「ロケーションインテリジェンスを有効活用できる MapInfo 製品を活用することによって、The Co-operatorsは販売代理店に対し、サービス地域全体を明確に地図上に表現できます。

このツールを通じて、新しい地域を開拓する販売代理店のターゲットマーケティング活動や販売活動をより戦略的に進めることをサポートできます。この方法は、販売代理店が何も考えずに膨大な数のダイレクトメールを送付して、反応が得られることをただ待っているだけの戦略よりもずっと効果的なものです」

「MapInfoが提唱する“ロケーションインテリジェンス”という考え方は、The Co-operatorsが販売代理店に対し提案しようとしていた考え方に適していました。The Co-operatorsが販売代理店に対して提案しようとしていたことは、“サービス地域全体を視覚的に示すこと”です。MapInfo製品を活用すれば、新しい地域を開拓する販売代理店が取り組もうとしている販売活動およびマーケティング活動をより戦略的に進めることができます。」 Chris Giovis氏、The Co-operators GIS/データベース コンサルタント

ロケーションインテリジェンスとは？

「ロケーションインテリジェンス」とは、顧客（住民）情報や施設情報、取引記録など、企業・団体が所有する位置に関する情報を測定・比較・分析し、その結果を地図へ表示し、傾向を明らかにした上で意思決定に活用し、位置情報を経営資源として活用する、というものです。従来のGISでは、部門単位で活用されるケースが多く、企業内に散在する各種のデータを一元的に地図上に表現することが困難です。MapInfo Professionalは最新の業界標準のWebサービスを含めた多様なデータ形式への直接アクセスをサポートしています。データ加工の必要がなく、ビジネスデータと一体化したリアルタイムでスムーズな分析が、全社レベルで可能となります。

代理店検索

The Co-operatorsは、同社のオンライン販売代理店検索サービスも拡充したいと考えていました。それまでの検索サービスでは、都市や販売代理店名で検索することしかできず、どの販売代理店が最も近いかという具体的な情報を示すことができませんでした。

Giovis氏は、「保険契約者が集中する近隣に販売代理店を配置することをモットーとしている点は、The Co-operatorsが他社とは異なる大きな特徴の1つです」と述べています。MapInfoの技術を利用して販売代理店検索サービスを拡充することにより、The Co-operatorsは潜在顧客に対し、その居住地や事業所所在地と同じ地域にある販売代理店を確実に示すことが可能になりました。

新しい販売代理店検索サービスでは、郵便番号による検索が可能となり、販売代理店までの距離など、より詳細な結果を示すことができます。「販売代理店検索サービスのおかげで新規顧客数が増加したという販売代理店もあります。我社の新しい顧客関係管理システムが実装されれば、MapInfoのロケーションインテリジェンスを活用してサービス地域を管理することで、我々のコールセンタにおいても、お客様からのお問い合わせを適切な販売代理店へと案内することができるようになるでしょう」とGiovis氏は語っています。

ROI (Return on Investment)

ロケーションインテリジェンスを有効活用できるMapInfo製品により、The Co-operatorsはより効率的で効果的なマーケティングプログラムを実施できるようになり、売上は増加し、販売代理店や顧客との関係も向上しました。

「誰も自分と関係のないダイレクトメールは受け取りたくありません」とGiovis氏は述べます。

「MapInfo製品は、我々がダイレクトメールに関心のありそうな人だけに送付できるようにサポートしてくれました。」

マーケティング戦略にロケーションインテリジェンスを有効活用できるMapInfo製品を導入し始めてから、The Co-operatorsのダイレクトメールに対するレスポンス率は向上しました。

Giovis氏は次のように語っています。「今後の課題は、マーケティングキャンペーンに対する期待度を設定できるようなベンチマークを構築することです。これまでのところ、レスポンス率とROIの両方を向上させることができました」

将来的にThe Co-operatorsは、ロケーションインテリジェンスを有効活用できるMapInfo製品を同社のダイレクトメールプロバイダのソリューションと統合し、より正確なレスポンス率を予測できるようにすることを計画しています。さらに同社では、保険契約処理に影響を及ぼす要因をより深く理解するために、ポートフォリオ管理にMapInfo製品を適用することも検討中です。

MapInfoが提唱している、位置情報を経営資源として活用するというロケーションインテリジェンスの考え方は、保険会社に対し、その顧客や市場に関する重要な洞察を与え、以下のような分野においてより効果的に収益増加につながる決断を下すことを支援します。

- 顧客のセグメント化
- 機会のアセスメント
- ターゲットマーケティング
- ニッチ商品の開発
- 市場への浸透
- 提供サービスの有効性
- クロスセリング（パッケージ販売）

ピツニーボウズ・ソフトウェア株式会社
〒150-0012
東京都渋谷区広尾1-1-39
恵比寿プライムスクエアタワー13階
TEL: 03-6805-1155
FAX: 03-6805-1123
Web: <http://mapinfo.co.jp/>

 **Pitney Bowes**
Business Insight