

エリアマーケティング・販売促進ご担当者むけ!!

位置情報ビッグデータのAI解析による オフライン・オンラインエリア販促の効果改善

2019年12月

クロスロケーションズ株式会社



企業ご担当者様からご相談される3つのお困りごと

お悩み

1

新聞購読率減少
紙媒体に代わる販促手法が
見つかっていない

ここがポイント

新聞購読者の減少やスマートフォンの普及にともない、紙媒体をはじめとした販促手法を見直したいが代替策が見つからない。



お悩み

2

掲載できる情報量が限界
オンライン広告でターゲットに
上手くアプローチできない

ここがポイント

オンライン広告のエリア配信で若年層などセグメントを絞ってアプローチしようとしたが、バナー広告やホームページで伝えられる情報量に限界があり上手くコミュニケーションができなかった。



お悩み

3

消費者の行動がわからない
顧客はどこから来ているか？
アプローチの効果が不明

ここがポイント

顧客がどこから来ているのか知る方法がない。自社の販促施策が店舗周辺の顧客や潜在需要のある顧客に効果的に届いているかわからない。



クロスロケーションズのLocation AI Platform™が解決します

スマートフォンアプリから得られる許諾済の位置情報ビッグデータをAIが解析。いままで気づけなかったエリア集客改善のヒントを得ることができます。施策の改善から再アプローチまで一連のPDCAサイクルをサポートするクラウドサービスです。

位置情報を誰でもビジネスに活用できるLocation AI Platform™

位置情報を活用し「仮説分析—施策実行—効果検証」をワンストップで実現する月額課金クラウドサービス

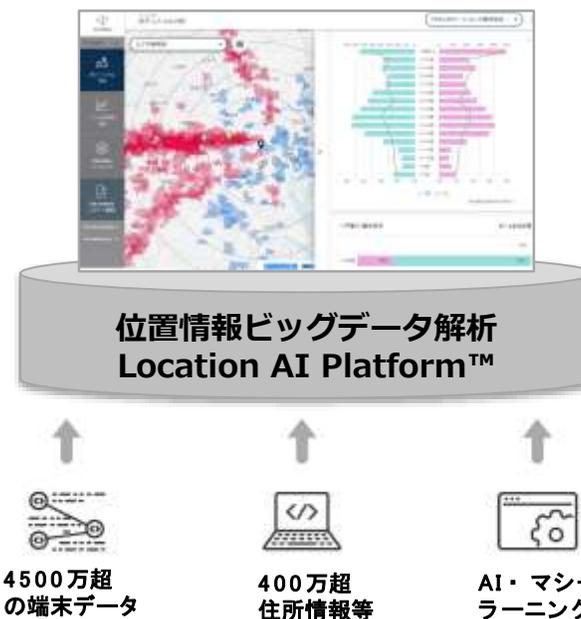
位置情報の取得



安心・安全なデータ取得

クロスロケーションズ社が各種のスマートフォンアプリ提供会社等と提携し**利用許諾済を得ているデータから個人情報を削除し、暗号化された形式で受領。またデータはローデータでは提供せず、統計データとして加工して提供。**

位置情報の分析・可視化

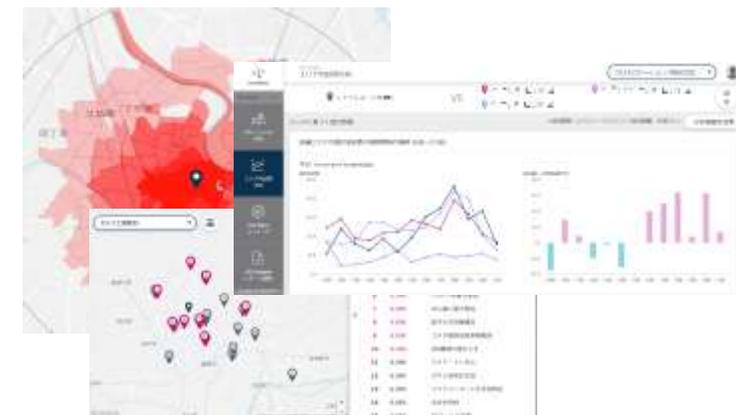


専門知識は不要。簡単・スピーディ

取得した位置情報ビッグデータをクロスロケーションズの分析プラットフォームで分析。**分析に必要なデータはすべてプリセットされ、位置情報分析の専門家も不要。分析結果も高速表示。**

ビジネスでの活用

自社店舗のエリア分析・シェア分析
顧客のライフスタイル分析



位置情報分析に基づくオンライン・オフライン広告配信と効果測定



本当の商圈と課題を把握

ポテンシャル分析

実勢商圈の分析や、競合や路線などの影響度合の把握。

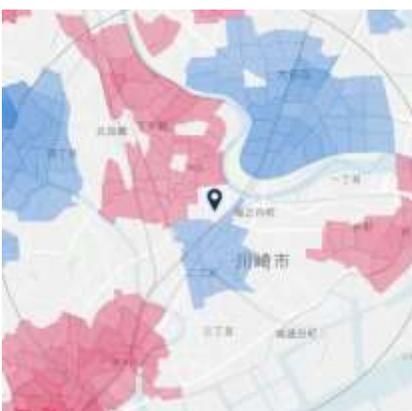
推計来訪率マップ

位置情報分析による店舗来訪者の実勢商圈をAIが自動で判定。



ポテンシャルマップ

競合や河川、路線の影響度合いをAIが自動判定。



赤いエリア

路線沿いで来店傾向が高い

青いエリア

河川、競合等で来店傾向が低い。

課題解決の糸口を発見

訪問シェア分析

実際の行動データに基づく顧客内での競合や買い回り先との訪問シェアの分析。



ホットプレイスランキング

自社店舗以外で顧客はどこに訪問しているか、ライフスタイルの把握。



PDCAサイクルの確立

XL Advertising

分析により効率的と思われるエリアや場所に出現したユーザをセグメント化して広告配信。



XL Visit Analysis

GPSによる来店計測で広告の効果を測定。計測誤差の影響も考慮。





エリア販促の具体的改善フロー例 【流通店舗A店のケース】 1/3

駅前立地の流通店舗A店での活用事例

発行部数減少の中、折込チラシだけでは集客改善は限界

郊外の駅前に立地する流通店舗A店では、最近売り上げが次第に低下していますが有効な対策を講じられていません。

現在は折込チラシがメインの集客手法です。折込チラシの効果は継続していると感じています。しかし発行部数も年々減少している中で、客数減の改善までには至っていません。販促手法の見直しが必要ですが、どこを改善すれば良いかの絞れていない状況です。

位置情報広告を展開しているものの、改善効果は不明瞭

そこで、新聞を購読していない層へのリーチが不足を補うため、現在は、折込チラシとあわせてスマートフォン広告を展開しています。

しかし、GPSやWiFiを活用した位置情報広告を配信しても、いまひとつ効果があるのかどうか、売り上げの推移を見ると判断がついていない状況が続いています。

AIの解析結果をフル活用したエリア販促プランニング

1. リアルタイム性の高い実勢商圈を把握する

Location AI Platform™は、課題を持つ店舗やエリアを登録するだけで、搭載されたAIが顧客がどのあたりから来ているかの実勢商圈の分析を行います。従来までの国勢調査や各種統計データ等の過去データに基づいて作成された店舗商圈を、よりリアルタイム性の高いスマートフォンアプリから取得したデータを使うことで、季節変動や市場環境の変化をクイックに商圈に反映します。リアルタイム性の高い実勢商圈を把握することが可能になります。

2. 顧客の生活圈や競合商圈を踏まえたプランニングを実現

実際に店舗周辺にある道路や河川、線路による商圈の分断や、競合に影響を受けているエリアの特徴把握も、経験と勘に頼ることなく、数回のクリックだけでどなたでも簡単に把握することができます。

3. 顧客の買いまわりからニーズを可視化する

顧客データを一切保有していなくても、自社と競合の顧客の訪問シェアや時間帯、曜日別買い回り傾向を把握することが可能。販売促進策を立案する上での仮説をデータに基づいて策定することができます。

リアルタイム性の高い実勢商圈で実態を把握

そこでA店では、クロスロケーションズ社の Location AI Platform™を活用し、売り上げ減少の原因を位置情報ビッグデータ解析を基に分析してみました。

まずは、A店の場所をLocation AI Platformに登録し、お客様が「どこから来店しているか」実勢商圈を把握しました。実際の来店はほぼチラシの配布エリアと同様でしたが、一部配布できていないところがあることが分かりました。

曜日・時間帯の競合の影響度をAI解析結果で確認する

また、実勢商圈の中での競合等の影響を把握するため、競合店舗の場所と、ポテンシャルマップの分析結果を比較してみました。そうすると、遠方ではなく、自店舗の足下で青いエリアがあり、競合の影響を受けていることが分かりました。

そこでA店では足下の青いエリアの中に存在する競合店Bとの訪問シェアを分析し、顧客がどのくらい買い回りをしているのか分析しました。そうすると、約40%の顧客が競合を利用しており、また時間帯では昼間の時間帯に集客で差をつけられていることが分かりました。

5つのステップでエリア販促を改善につなげます

Step 1. 店舗の実勢商圈の把握



Step 2. 店舗のポテンシャル分析

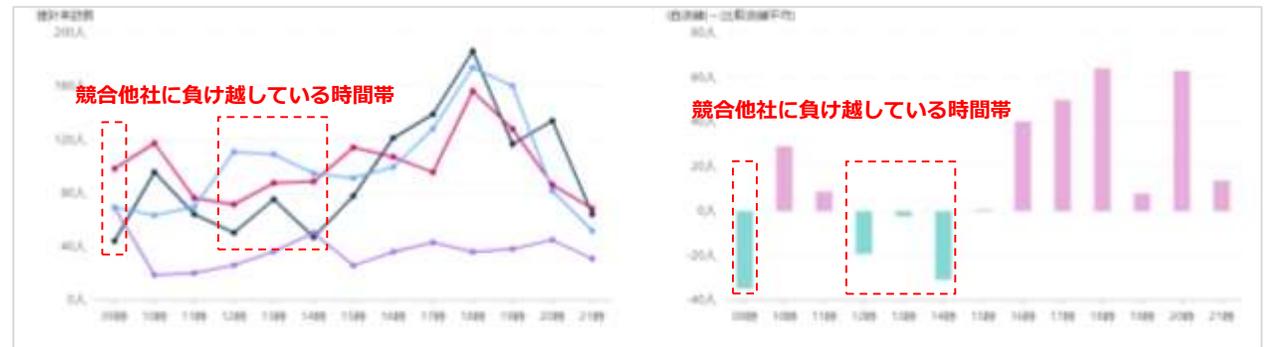


実勢商圈の中で訪問率が高いエリア（赤）や、競合の影響を受けているエリア（青）を把握。



競合や代替の店舗の顧客内訪問シェアの把握

Step 3. 競合や代替の店舗との時間帯別の推計訪問者数の比較



競合の影響を加味し、仮説構築、施策実行へ

そこで、A店では足下の青いエリアに絞り、昼間の顧客向けの施策を立案し訴求することとしました。更にA店の商圈を見てみると、搭載された国勢調査の結果から、青いエリアには若年層が比較的多いエリアであることが確認できました。

確実にセールスの情報をとどけるため、この青いエリアに絞り、ポスティングを行なうこととしました。

併せて一部マンションの多いエリアで、ポスティングができないエリアがあり、その地域に関してはスマートフォン広告でシンプルな訴求内容の広告を出すことにしました。

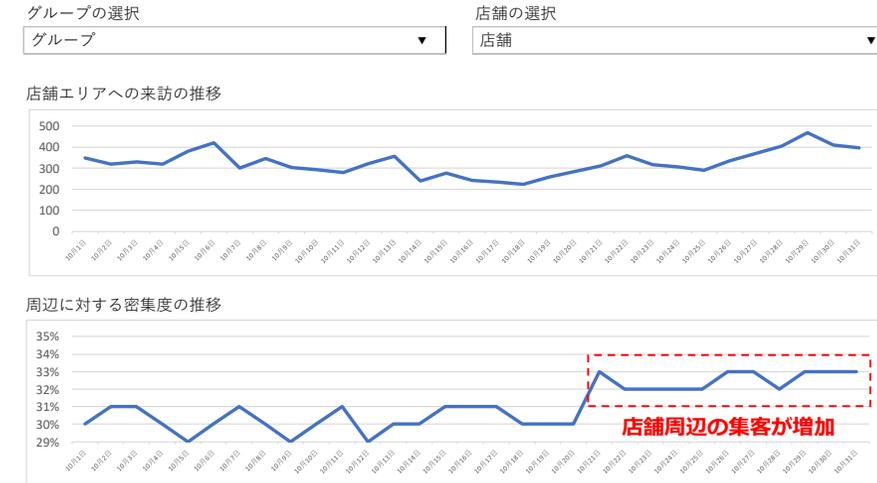
来店軸で位置情報広告、ポスティングの効果を直感的に把握

A店は施策を実施し、その効果をLocation AI Platformの効果測定機能、Visit Analysisで確認しました。その結果、ポスティングとスマートフォン広告実施後、店舗への来店が増加しており、また、ポスティングで配布したクーポンの利用率も高い回収率を示しました。

今後A店では同様な施策を適宜継続して行く予定です。また、Location AI PlatformのHot Place ランキングで補完的に利用されている異業態の店舗も分析しています。A店でも取り扱い可能なものがあれば取り扱い、売上向上を計る予定です。

競合の影響を加味。来店軸で仮説構築-施策実行-効果測定へ

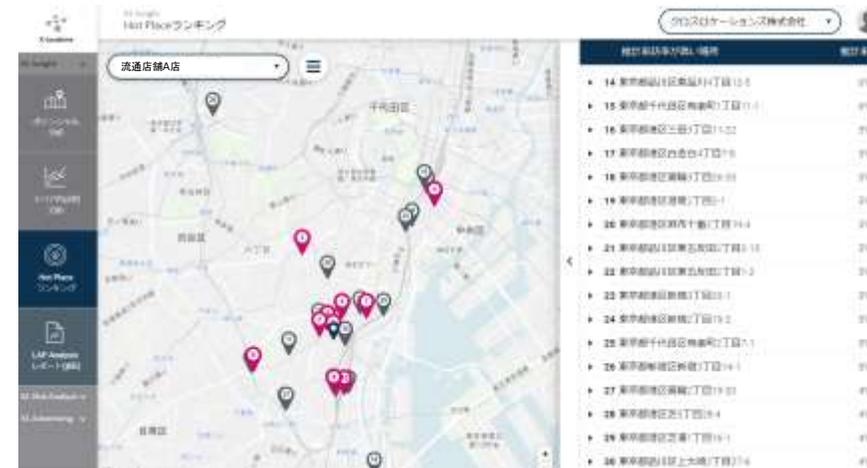
Step 4. Visit Analysisで店舗と周辺エリアの人の増減の相関をデイリーで計測



上段のグラフは流通店舗A店の日々の来客数の推移を示す。

下段のグラフは店舗の日々の増減率と店舗周辺の増減率を相对比较。店舗増減率が、店舗周辺増加率よりも高い場合、グラフは高くなり低い場合はグラフが低くなる

Step 5. Hot Placeランキングで店舗利用者がよく利用する人気スポットを把握



店舗利用者がよく利用するスポットをAIが判定。

店舗利用者の生活圏を把握し、補完的に利用している店舗異業種で親和性のあるショップを見つけだし、該当商品の取り扱い検討を行う。

導入事例 1 : 株式会社ギフト

位置情報を解析結果を活用したオフラインDM戦略で、従来比較 5 倍の効果

味の違う店舗ごとに利用頻度の多いエリアを比較

*画像はイメージであり実際の分析結果とは異なります。



オフラインDMの配信結果をクーポン回収率や来店人数(推計)で効果測定 次の打ち手、販促戦略立案に繋げPDCAを自社でまわしノウハウを社内に蓄積

*画像はイメージです。



課題

直営店60店舗とFC約370店舗を展開。既存店活性化のために、折込チラシや自社アプリを駆使していたが、来店数が伸びない店舗があり、改善のための打ち手が見つからず店舗の集客支援に悩みを抱えていた。

Location AI Platform™の実施内容

激戦区で自店舗、他店舗の店舗利用客の居住エリアを抽出。豚骨、中華そば・細麺など味の違いによる店舗間の比較を実施。エリア毎に顧客の味の好みの違いがあることが判明。分析結果を踏まえ「同じ訴求内容のオフラインDM」を全エリアに配達。エリアごとの結果の違いを分析できるように仕組みを構築。

効果測定

クーポン回収・使用率は以前に比べ、5倍以上の成果。顧客の味の好みの違い毎に大きく異なる結果が得られた。

改善策

クーポン使用率の低かったエリアに対し、訴求内容を変えて再度オフラインDMを実施

導入事例 2 : 株式会社サンリオエンターテイメント

コアなファン層を可視化しシーズンごとのサンリオピューロランドの世界を届ける

ファンの多いエリアを分析し新たな見込みエリアを抽出

*画像はイメージであり実際の分析結果とは異なります。



ファンの多いポテンシャルエリアに催事に合わせたイベントバナーを配信

*画像はイメージです。



©76, '90, '09, '19 SANRIO APPROVAL No.P1003153

課題

サンリオエンターテイメント様ではピューロランドのファンがどこにいるか把握し、サンリオのキャンペーン情報を届けるかが課題であった。

沿線への広告やTVCMでも効果的にリーチできず、通常のインターネット広告で集客していたが、来園しているか分からなかった。

Location AI Platform™の実施内容

Location AI Platform™を活用し、ピューロランドに来訪する確率の高いエリアを抽出。そのエリアにスマートフォン広告を配信し来店計測。

効果測定

弊社従来型広告と比較し約1.7倍の来園効果を確認した。



X-Locations

クロスロケーションズ株式会社
X-Locations.Inc

〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1-2-9小林ビル6F
Tel: 03-5734-1666 Fax: 03-5734-1676
URL: <https://www.x-locations.com>