



CRM 분석대행 서비스 안내

I. CRM/DBM 분석 업무

II. 분석 CRM의 Outsourcing 방안

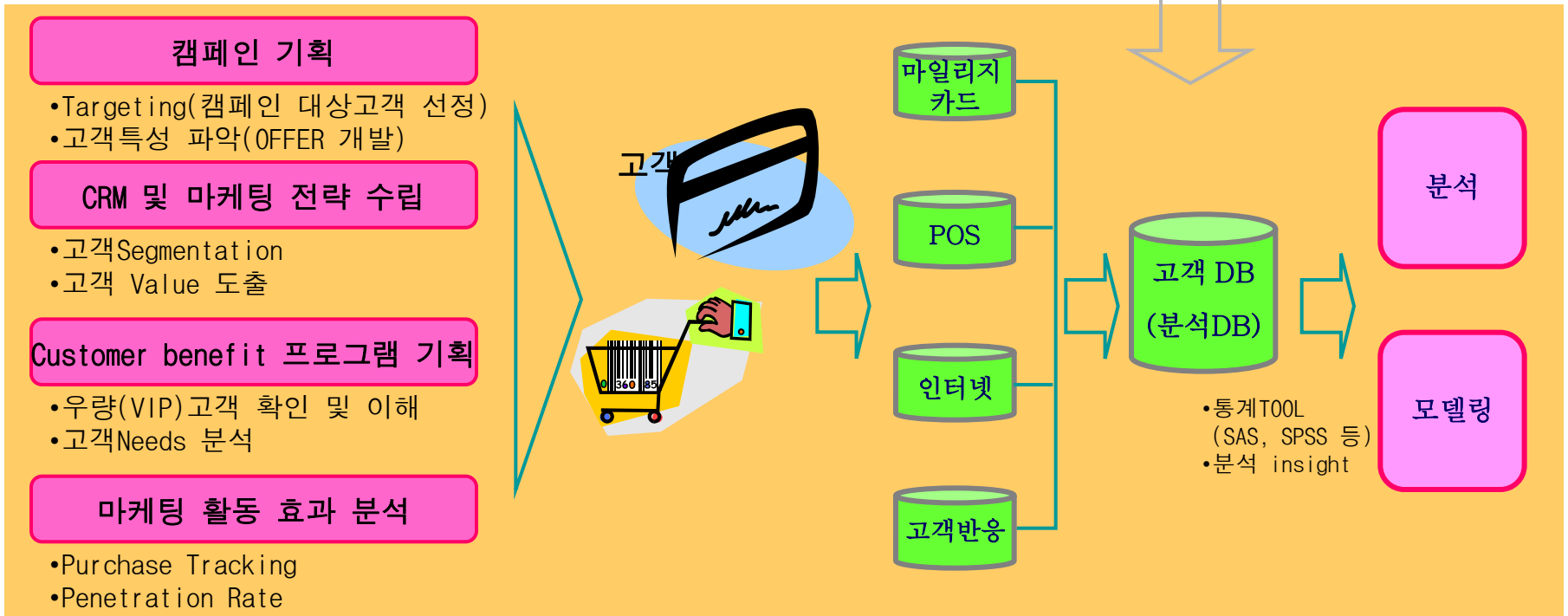
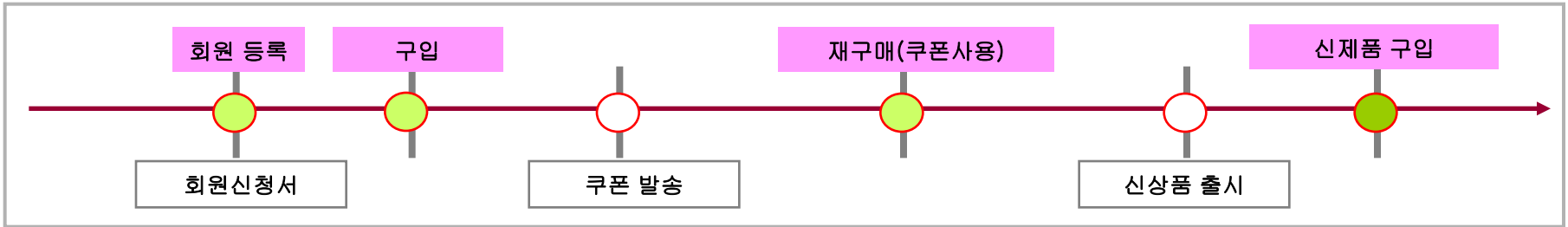
III. 공영DBM의 분석 대행 서비스 소개

IV. 분석 대행 서비스의 장점

V. 분석 대행 서비스 장표

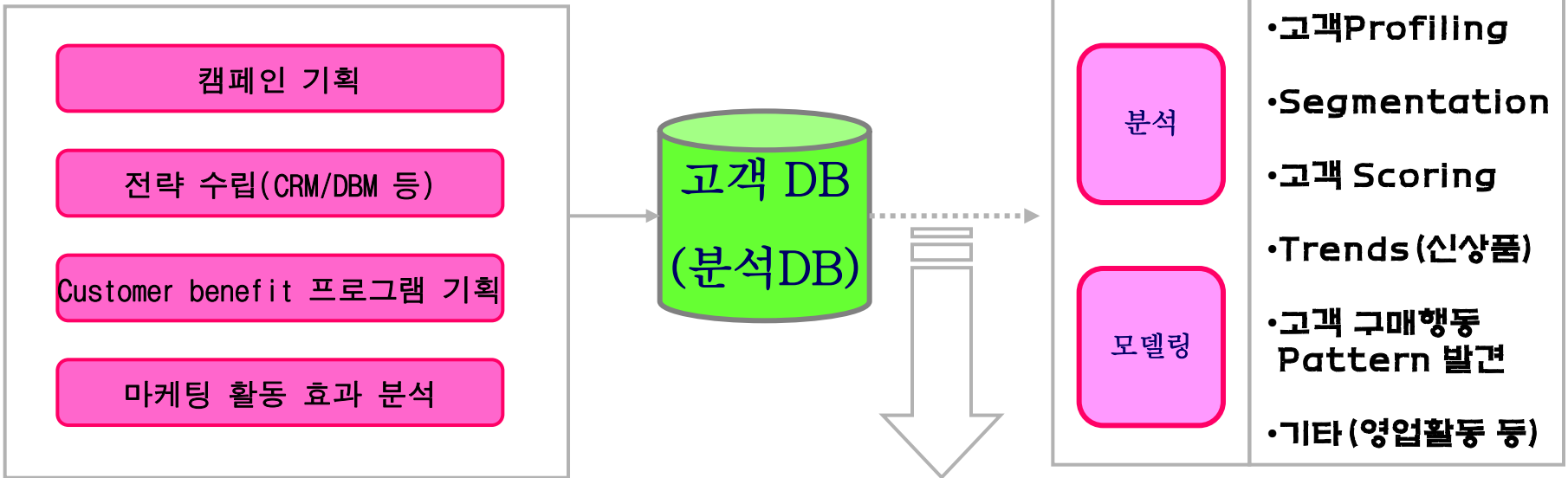
I. CRM/DBM 분석 업무

- CRM/DBM 분석 업무는 캠페인 기획, CRM/DBM 전략수립, 고객 CARE 프로그램 기획, 마케팅 활동 효과 분석 등을 위해 고객정보와 구매 및 반응정보 정보를 통계기법 등을 활용하여 분석/모델링을 실시하는 분석 과정입니다.



II. 분석CRM의 OUTSOURCING 방안

- CRM/DBM분석 업무는 CRM분석 업무 전문업체의 Outsourcing을 통해 CRM/DBM업무의 Quality 및 효율성을 확보 할 수 있습니다.



- 현재 고객DB를 활용하는 수준이 단순한 인구통계특성 관련 고객특성 및 일반적인 매출추이 분석 정도이다.
- 고객 및 매출DATA를 여러 통계기법으로 분석하고 싶으나 고급인력 및 경험이 없다
- 분석목적에 대한 정의가 어렵고 분석장표에 대한 기준을 설정하기 어렵다
- 고객 및 매출DATA를 분석한 후에 마케팅 및 캠페인기획에 적용하는 것이 쉽지 않다.
- 고객Segment를 하고 싶은데 Segment에 대한 변수 탐색 및 기준설정이 어렵다.
- 고객 및 매출DATA에 대한 분석하는 시간이 많이 걸린다.

CRM 분석 업무 전문업체에 Outsourcing을 통해 CRM 및 마케팅업무의 quality 및 효율성 증대

III-1. 분석 리포트

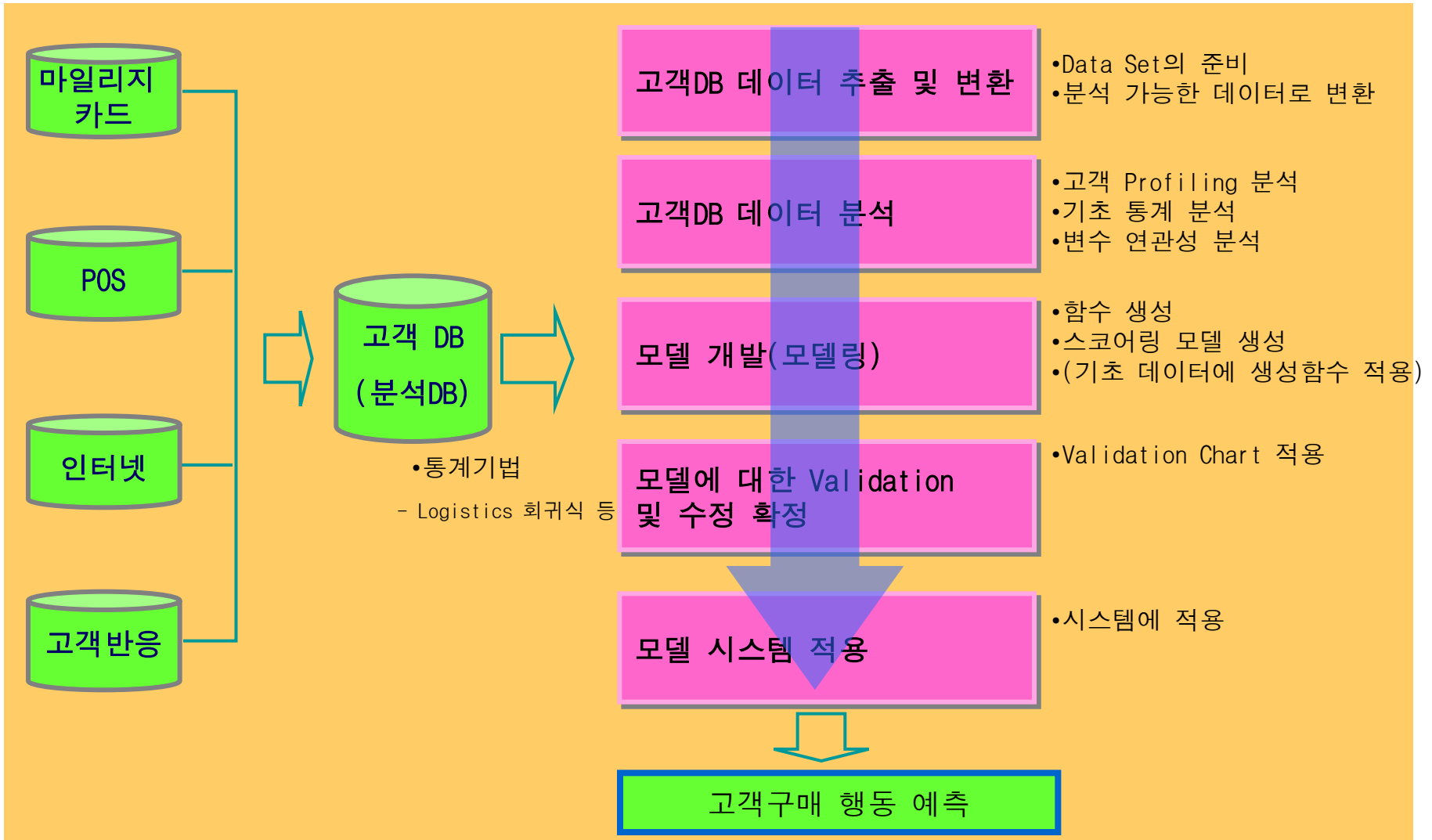
III. 공영DBM의 분석 대행 서비스 소개

- 공영DBM에서는 CRM/DBM업무 목적에 적합한 분석대행 Report 서비스를 제공하고 있습니다. , 주로 제공하는 분석 주제는 Customer Profiling, Customer Scoring/Segment, Purchasing behavioral Pattern , 고객반응 분석 결과 등 입니다.

		Description	Application
Customer Profiling	Profiling	<ul style="list-style-type: none"> •고객 연령대별 직업분포 및 고객등급 비율 등 •고객 지역별 및 성별 분포 등 •회원 COVERAGE 비율 변화 	<ul style="list-style-type: none"> •고객 특성 분석
Customer Scoring /Segment	RFM	<ul style="list-style-type: none"> •RFM 기준 도출 <ul style="list-style-type: none"> - Recency(총 고객수를 최근 구매일 20%단위로 분류한 5집단) - Frequency(총 고객수를 구매횟수 20%단위로 분류한 5집단) - Monetary(총 고객수를 구매금액 20%단위로 분류한 5집단) •동적 RFM 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 기간경과에 따른 RFM 쉐 이동 현황 및 이동고객 분석 	<ul style="list-style-type: none"> •Customer Segmentation •Customer Value
	LTV	<ul style="list-style-type: none"> •평생고객가치 산출 및 도출 <ul style="list-style-type: none"> -고객 연평균구매액, 고객당 평균거래 수익율, 평균거래기간 등 분석대상 기간별 주요 상품별 주요고객의 LTV 분석 LTV 분석을 통한 고객등급 특성 분석 	<ul style="list-style-type: none"> •Customer Segmentation •Customer Value
Purchasing behavioral Pattern	Score Card	<ul style="list-style-type: none"> •총 회원등급별 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 분석대상 기간별/영업점별 회원 등급 변화 비율 회원 및 매출액 비율, 객단가 •상품별(아이템별)현황 : 고객등급별 비율, 거래횟수 현황 등 	<ul style="list-style-type: none"> •Customer Retention
	Customer	<ul style="list-style-type: none"> •신규 및 기존고객 분석대상기간별 재구매율 추이 분석 •분석대상 기간별 신규 및 재구매고객 비율 및 매출액 분포 등 •분석대상 기간별 이탈고객 현황 및 특성 분석 •분석 기간 대상별 휴면고객 현황 및 특성 분석 	<ul style="list-style-type: none"> •Campaign Targeting

		Description	Application
Purchasing behavioral Pattern	Product	<ul style="list-style-type: none"> •특정 제품에 대한 고객등급 및 구입행동 변화 분석 - 신제품 런칭이후 분석대상 기간별 고객등급 변화 비율 - 신제품 구입고객에 대한 구입행동 tracking 등 	<ul style="list-style-type: none"> •Offer 개발 •CROSS-SELLING •Customer Retention •Customer Care 프로그램 기획
	Elevation	<ul style="list-style-type: none"> •분석대상 기간별 고객등급별 이동 현황 - 고객등급 및 매출액 비율 이동(변화) 현황 	
	Penetration	<ul style="list-style-type: none"> •연령대 및 아이템별 Penetration rate 등 	
	Classification	<ul style="list-style-type: none"> •매출액 구간별 고객등급 비율 •매출액 기준 5분위별 분석 - 매출액 상위 20% 고객에 대한 고객 프로파일 분석 등 	
	Purchase item Tracking	<ul style="list-style-type: none"> •최초 구매자 분석대상 기간별 구매패턴 분석 - 구매빈도 및 구매금액, 구매제품 등 •이전 구매 및 재구매 회수별 구매패턴 분석 	
Etc.	Channel 관리 분석	<ul style="list-style-type: none"> •손익분석(채널별 매출발생 비율, 이익/코스트추이,기여도분석) •이용률분석(채널별 이용자 등급 분포 등) •서비스분석(가입경로별 서비스 이용률 등) 	<ul style="list-style-type: none"> •Channel 전략
	캠페인 효과 분석	<ul style="list-style-type: none"> •커뮤니케이션 채널별/이벤트 종류별 구매액 비율 등 •각채널별 반응을 : TM/DM 반응 및 적중률 •이벤트의 연간 반응횟수 등 	<ul style="list-style-type: none"> •캠페인 기획

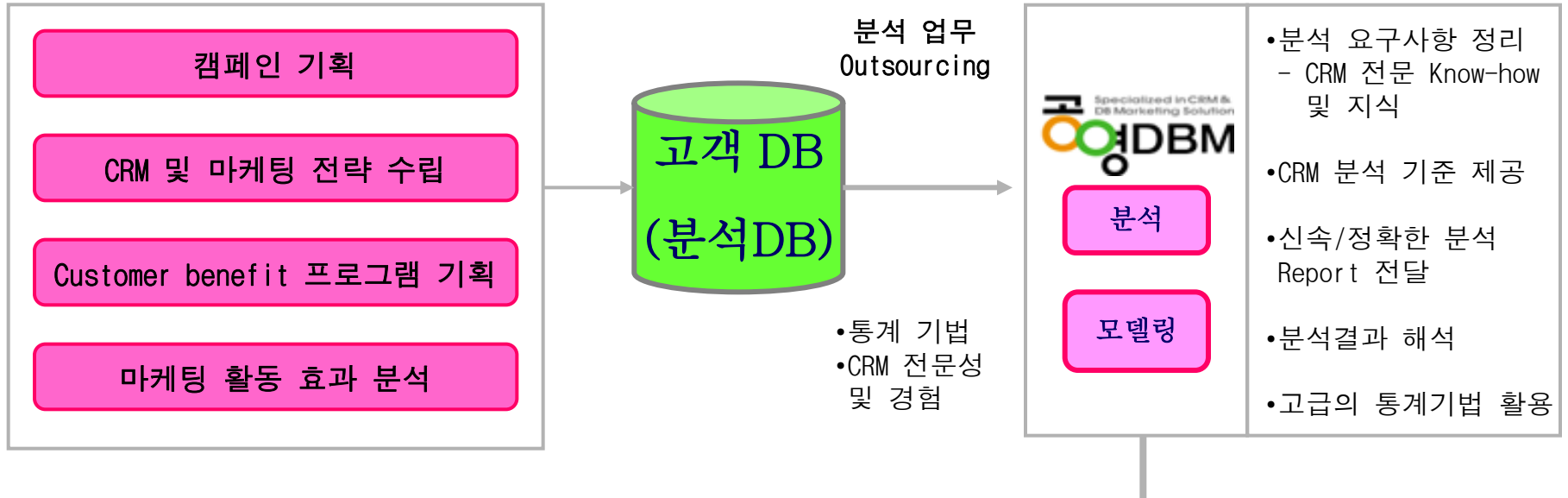
- 공영DBM에서는 Logistics Regression 등의 통계기법을 활용하여 정확도와 적중률이 높은 고객 구매행동 예측 모델을 개발하여 시스템에 적용하여 주고 있습니다.



	Description	Application
고객 VALUE 모델	<ul style="list-style-type: none"> •LTV 및 RFM 모델 개발 → 시스템 적용(동적 이동) 	<ul style="list-style-type: none"> •Customer Value
CUSTOMER RETENTION 모델	<ul style="list-style-type: none"> •고객 휴면/이탈 예측 모델 <ul style="list-style-type: none"> - 고객 휴면/이탈 정의 및 특성 파악 - 고객 휴면/이탈 예측 모델 •교차판매 모델 <ul style="list-style-type: none"> - 교차/추가 구입고객의 특성 분석 - 교차/추가 상품에 대한 고객대상 예측 •우수고객 예측 모델 <ul style="list-style-type: none"> - 우수고객 정의 및 특성 파악 - 일정기간 활성화 고객에 대한 우수고객 예측 	<ul style="list-style-type: none"> •Customer Segmentation •Offer 개발
기타 모델	<ul style="list-style-type: none"> •영업활동 예측 및 평가 모델 <ul style="list-style-type: none"> - 판매예측 모델 : 예상판매액, 예상 금액 등을 통해 일정기간 판매예측 - 영업승률 평가 모델 : 우호도, 관여도, 기여도 변수 활용 승률 평가 - 영업사원 평가 모델 : 영업사원 등급화 기준을 통한 평가 모델 •품질 및 서비스 평가 모델 <ul style="list-style-type: none"> - 품질관리 평가 모델 : 품질 하자 코드 유형별 등을 통한 평가 모델 - 서비스 만족도 측정 모델 : 서비스 고객만족도 측정 지표 활용 측정 •지식관리 평가 모델 <ul style="list-style-type: none"> - 지식관련 조회 및 등록수 결과 분석을 통한 지식관리 평가 모델 	<ul style="list-style-type: none"> •영업 및 서비스 활동 평가 및 개선

IV. 분석 대행 서비스의 장점

공영DBM에서는 CRM/DBM 분석업무 관련하여 1)분석Report 작성 대행 (정기적 매월)와 2)분석결과를 통한 CRM전략 및 캠페인 기획방향 제시, 3)고객구매행동 예측모델 개발 등에 대한 각종 분석업무 관련 서비스를 제공해 주고 있습니다.



- 분석Report 작성 대행 서비스 (정기적 매월)**
- 분석 결과를 활용한 CRM전략 방향 및 캠페인 기획 방향 제시**
- 고객구매 행동 예측모델 개발**

IV. 분석 대행 서비스 장표

아래는 공영DBM에서 제공하고 있는 CRM/DBM 분석대행 Report 장표에 대한 예시 입니다.

□ 고객10분위

전체 회원

분위	연매출구간	고객수
1	790-200	
:	199-111	
10		

마일리지(카드) 회원

분위	연매출구간	고객수

일반회원

분위	연매출구간	고객수

□ 각 고객 10분위 별 매출합계(연매출액)

전체

분위	연매출합계	연 구매빈도
1		
:		
10		

마일리지(카드) 회원

분위	연매출합계	연 구매회수

일반회원

분위	연매출합계	연 구매회수

□ 가입연도별 회원 활성화 비율

전체 회원/마일리지(카드) 회원/일반회원

년도	신규회원수	2003년 사용실적有 고객수	2004년 사용실적有 고객수	2005년 사용실적有 고객수
2001	NNNN	NNNN중에서 2003년 사용한 고객		
2002				
2003				
2004				

Retention

기간1		기간2			
TYPE	TYPE	TYPE	고객수	구매회수	매출액
A	-	A			
		B			
		C			
		D			
B	-	A			
		B			
		C			
		D			
C	-	A			
		B			
		C			
		D			
D	-	A			
		B			
		C			
		D			

Contact



- 연락처
 - 김 학 범 과장
 - Database Marketing Team
 - 02-3397-0211 / 017-252-6341
 - hbkim@00db.co.kr

- 연락처
 - 김 병 혁 컨설턴트
 - Database Marketing Team
 - 02-3397-0227 / 010-9969-2925
 - bhkim@00db.co.kr

- 찾아오시는 길
 - 서울시 금천구 가산동 60-19
 - SJ테크노빌 12층 1203호~1204호