



MPMジャパン株式会社

会社説明

MPMジャパン

データベースを活用した金融サービス向けマーケティングにより事業変革を実現する

MPMジャパン株式会社は Precision Marketing Asia Pacific Pty Ltd（オーストラリア シドニー）の100%子会社で Arch Capital Group Ltd の一部である Arch Worldwide Reinsurance Group1 は Precision Marketing Asia Pacific (PMAP)の過半数の株を保有

当社の主なビジネスパートナーは銀行、保険会社、クレジットカード会社です。各業界に適したデータ分析に加え、独自のアプローチ法、システム運用を利用した最適なマーケティングソリューションを提供いたします。

当社のコンサルティングソリューションは当社のマーケティングチーム、システム開発チーム、事業開発チーム更にマーケティング分析専門のプラットフォームである“キャンペーンファクトリー”を活用する事により、お客様の持続的、長期的なプログラム運用を可能にいたします。

1Arch Capital Group Ltd の一部であるArch Worldwide Reinsurance Group Ltd (NASDAQ: ACGL)はバミューダに拠点を置き資本金は約130億米ドル世界中で4,300人の従業員がおります。

【キャンペーンファクトリー】

“キャンペーンファクトリー”は、MPMジャパンが設計・開発したマーケティング分析・運用の専用プラットフォームです。

ビジネスパートナーが保有するデータを多角的に分析し、顧客の一人ひとりに合わせたアプローチを可能にします。すでに確立されたアプローチがあったとしても、将来に向けたさらなる顧客中心のマーケティング活動を実践できます。

<それぞれのビジネスパートナーに最適なソリューションをご提案します。>

・ オムニチャネルマーケティング

郵便や電話、窓口カウンターだけでは顧客へのアプローチは十分ではありません。WEB、Eメール、最新のIT技術を使った新しいチャネルを活用し、それぞれのビジネスパートナーに合わせたオムニチャネルマーケティングを行うことで、将来にわたって顧客との関係の維持、効率的なマーケティング力を強化できます。

・ マーケティングワークフロー

わたしたちはスケジュール、ドキュメント、予算、KPI、セキュリティなど複雑な要素を、効率的に管理・運用し改善するノウハウを持っています。

・ キャンペーンスキームアプローチ

商品をお客様の行動とリンクさせマーケティングアプローチを変えていきます。行動パターンの変化はニーズの変化を意味します。キャンペーンファクトリーを通して傾向やパターンを分析し、アプローチ方法を提案します。

・ リード管理・検証

キャンペーンファクトリーのリード（対象顧客）管理機能によりキャンペーンの収益性の改善、的確なリードの選定を実行し、営業拡大のサポートを行います。データセグメンテーションと予測モデリングを融合させ、そこから導きだされた結論を複数チャネルに適用します。わたしたちは限られた市場の中で、最もビジネスパートナーとの親和性の高いアプローチが実践できるように、サポートを行います。

・ 顧客データ分析

大量の顧客データに対して探索的分析を行い、また恒常的なセキュリティ管理と的確な運用を行うことで、キャンペーンの成果向上に貢献します。分析の手法には大きく分けて、セグメンテーションと予測モデルがあります。最近流行している機械学習（マシンラーニング）は予測モデルに含まれます。MPMジャパンでは、予測モデルとセグメンテーションのどちらも活用し、マーケティング活動に生かしています。

・ データモデリング

キャンペーンファクトリーが持つデータ処理機能、統計解析、データマイニング、マシンラーニング機能を使うことで、マーケティングプログラムを改善します。分析の出力結果を得るだけではモデリングは終了しません。モデルの信頼性・安定性を評価し、さらにKPIを最大化させるリードの抽出パターンを検討することも重要です。

【コンサルティングサービス】

スコープと戦略

<探索的データ分析>

ビジネスパートナーにとって効果的で収益性の高い、長期的なプログラムを支援できるデータ分析を行います。

わたしたちは必要に応じて以下の項目をレビューします。

- 現在のダイレクトマーケティングの戦略と今後について
- 現在のシステムの機能と将来計画
- 現在のチャンネルアプローチと今後の計画
- 過去のダイレクトマーケティングの実績

膨大なデータに隠れている潜在顧客層から、パートナー企業様の商品と顧客のニーズのマッチングを行い、マーケティングに必要な分析を行います。

その後、商品構成、オムニチャネル戦略、セグメンテーション、予測モデルなどから総合的なマーケティングアプローチをご提案致します。

プロダクトコンセプトとポジショニング

ビジネスパートナーとともにマーケティングの商品を決め、より収益を上げることを意識した顧客へのアプローチ戦略を、わたしたちの専門チームがご提案致します。

キャンペーンの設計と運用

- マーケット参入
- 商品
- キャンペーン
- チャンネル選択
- 展開
- モデリング分析
- イベントベースのマーケティング

会社概要

本社所在地

日本

事業内容

金融機関の顧客向け商品販売プログラムの企画・開発、金融サービス商品およびそのマーケティングの運用基盤開発、これらに付随する顧客分析、データモデリング、および分析レポートの提供

代表取締役

キース・ラウリー

設立年

2011年6月

資本金

8300万円

従業員数

11 - 50人

URL

<http://www.mpmjapan.com/>

オフィス情報

メインオフィス

〒1000013

東京都千代田区霞が関3-2-6

東京倶楽部ビルディング5階