

2013年5月16日

株式会社電通

株式会社JPメディアダイレクト

## 銀行の個人リテール分野の金融商品購買率向上を実現する 金融マルチチャネル最適化プランニングサービス「金融MCAP」を開発

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、日本郵便株式会社（東京都千代田区、代表取締役社長 鍋倉真一）の子会社である株式会社JPメディアダイレクト（本社：東京都港区、代表取締役 CEO：中島直樹）と共同で、銀行の個人リテール分野における金融商品購買率の向上を実現する新しいサービスとして、金融マルチチャネル最適化プランニングサービス「金融MCAP（Multi Channel Allocation Planning）」を開発しました。

社会インフラのIT化の進展により、インターネットバンキングの普及やネット専業銀行の登場など、リテールサービスが多様化したことで、銀行は生活者との関係性をより強化する必要に迫られています。一方で、銀行と生活者との接点である販売チャネルは、有人店舗からインターネットまで多岐にわたり、今までのように有人店舗だけでは個人顧客との関係が希薄化する傾向にあります。

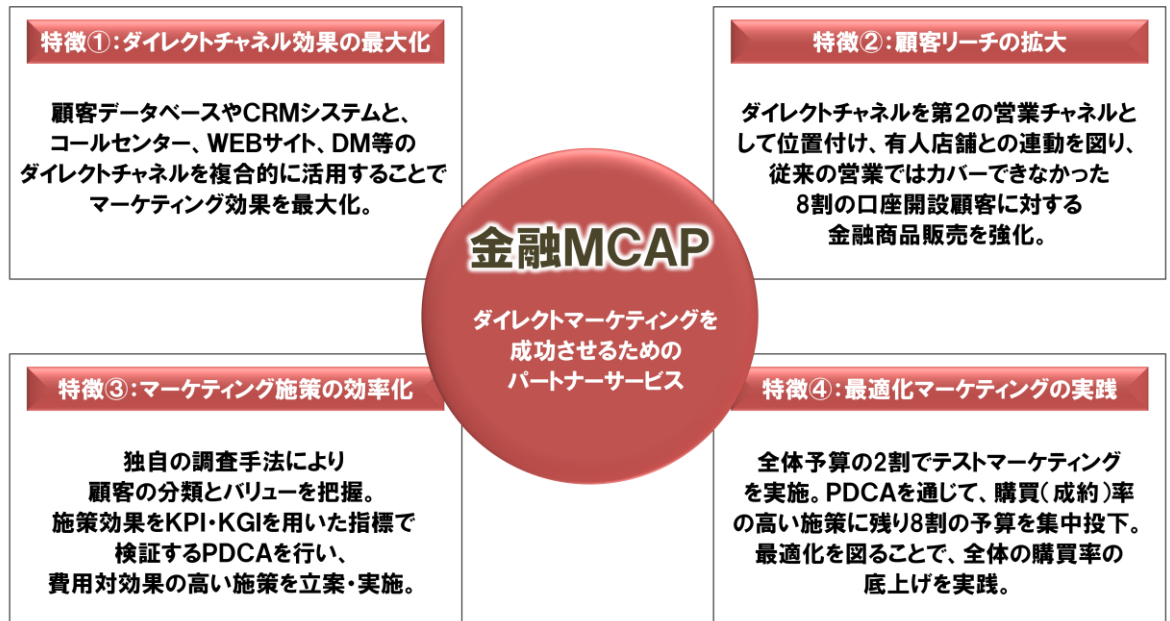
そのような環境の中、「金融MCAP」は、第1の営業チャネルとして位置付けられている有人店舗に加え、「ホームページ」「インターネットバンキング」「モバイルバンキング」「電子メール」「DM」「コールセンター」などのダイレクトチャネルを第2の営業チャネルと定義し、これらの連携により未カバー顧客へのリーチ拡大とニーズの掘り起こしを行い、成約率に直結するサービスを提供いたします。

本サービスでは、電通が「顧客・市場分析」「コンサルティング」「マス・プロモーション」、JPメディアダイレクトが「ダイレクト・プロモーション」「施策効果分析（PDCA）」「事務局業務」を担当いたします。また「コールセンター」「WEBプラットフォーム」「クライアント顧客データ管理」などシステム面のサポートは、株式会社電通国際情報サービス（本社：東京都港区、社長：釜井節生）の協力を得て行います。

各社の専門スタッフで構成するチームが、銀行のマーケティング部門を継続的にサポートすることで、有人店舗とダイレクトチャネルを融合した最も費用対効果の高いマーケティングスキームの運用を実現します。

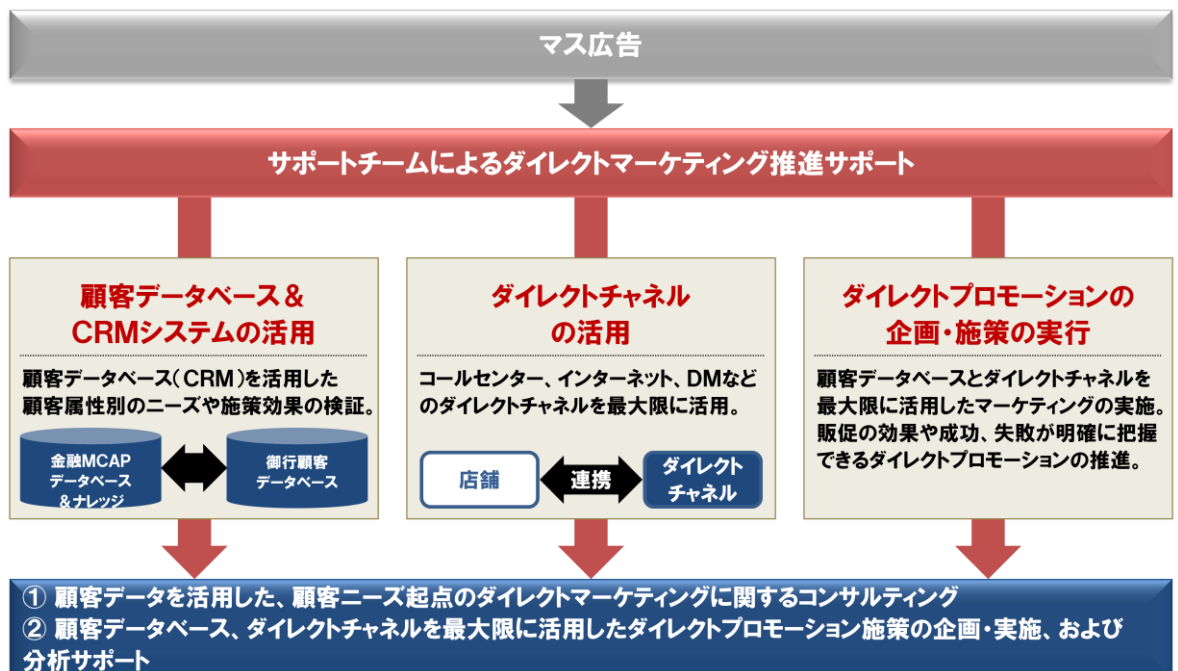
「金融MCAP」の特徴とサービス概要、およびマーケティングスキームは次のとおりです。

## ● 「金融 MCAP」 の特徴

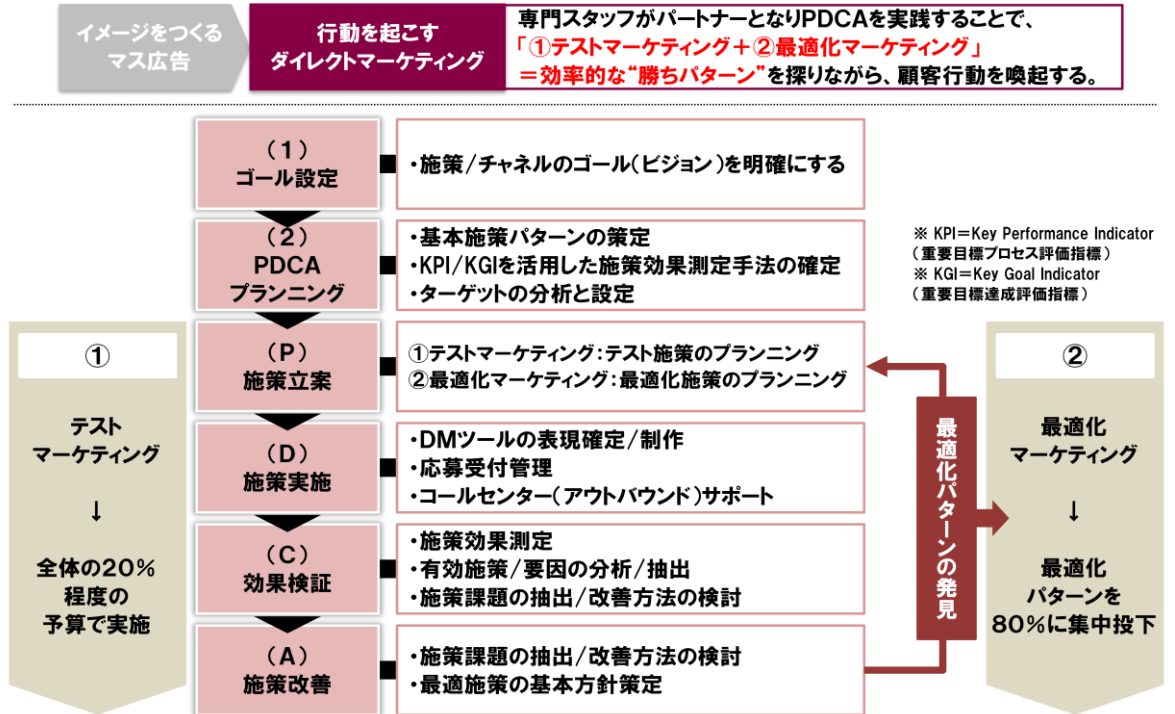


## ● 「金融 MCAP」 サービスの概要

「顧客データベース (CRM)」と「ダイレクトチャネル」をマス広告施策に連動させながら、銀行マーケティング担当者による口座開設顧客への、効果的なダイレクトマーケティングをサポートしていきます。



●マーケティングスキームの流れ



以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社 電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報1部  
 湊 朋子 TEL:03-6216-8041

【サービスに関する問い合わせ先】

株式会社 電通 ビジネス・クリエイション局 コンサルティング室  
 鍋島 浩 TEL:03-6216-2452

株式会社 J Pメディアダイレクト プロデュース本部 プロモーション企画部  
 松本 宏行 TEL:03-5157-6074