

# PEGA NEXT-BEST-ACTION MARKETING™ FOR RETAIL BANKING

一貫した顧客インタラクションに基づく顧客価値の最適化

## 金融サービス

### 概略

#### 主な課題

顧客は、金融機関での顧客対応に関して、非常に高い期待を持っています。1つのマーケティングメッセージをすべての顧客に適用するだけの方法では、彼らのニーズに応えることはできません。顧客ベースを引き付け、維持し、成長させていくために、銀行は、顧客の期待と企業の目標のバランスを保つ必要があります。

#### ペガのソリューション

Pega Next-Best-Action Marketing™ for Retail Banking は、すべてのチャネル、デバイス、および取扱商品にわたってマーケティング戦略をコーディネートします。変化する顧客ニーズに合わせて、継続的にリアルタイム予測・分析を行い、最も適切なアクションとオファーを提示します。Pega を利用することで、銀行はパーソナライズされた1対1のエクスペリエンスを顧客に提供し、より大きな顧客満足度、定着率、売上を実現できます。

### RBS (ロイヤル バンク オブ スコットランド) が Pega で顧客中心の仕組みを実現

RBS は、顧客の金融商品の保有状況を、パーソナライズされた年間サマリーとして提供しています。これは、顧客個人に合わせてカスタマイズされた最大 20 件のネクスト・ベスト・アクションの推奨事項を伴います。Pega は、年間 40 億件以上のパーソナライズされたリアルタイムオファーやリアルタイムアクションを、オンライン顧客に提供しています。複数のビジネスルールによって、銀行の顧客対応をサポートしています。

### 最適なタイミングで最適なオファーを顧客に提示

Pega Next-Best-Action Marketing™ for Retail Banking を利用することで、銀行は顧客中心のマーケティングを実現できます。最適なタイミングで最適なオファーを提供することにより、顧客インタラクションのすべてが、収益増大や、企業・顧客にとっての価値を最適化する機会になり得ます。

Pega のソリューションは、複数部門にまたがる業務を効率化するため、あらゆる人、デバイス、情報を集約して、実行ギャップを排除します。最適なオファーを確実に提供するため、洗練された予測分析および適応分析を用いることで、マルチチャネルキャンペーンを設計・提供可能となります。変化に強い Pega の Build for Change® プラットフォームを基盤として、Pega Next-Best-Action Marketing for Retail Banking は、顧客との真に当を得た対話のために、変化する顧客要件およびビジネス要件にすばやく適応します。

- **ウォレットシェアの増加**  
ネクスト・ベスト・アクションを自動的に導出し、各オファーの関連性をリアルタイムに計算することで、オファーの受け入れ率を向上させることができます。
- **全チャネルにわたるマーケティング戦略の合理化**  
Pega のオムニチャネル機能により、マーケティング効果を最適化できます。アクションとオファーがチャネル間でシームレスに参照でき、チャネルのコンテキストを利用して関連性を最大化できます。
- **インバウンドインタラクションの活用**  
リアルタイムディシジョンングハブである Pega Next-Best-Action Marketing™ を利用して、顧客が最もオファーを受け入れる瞬間を活用します。
- **マーケティング成功の継続的改善**  
オファーをリアルタイムに自動調整する「自己学習する」適応分析を利用して、売上を向上できます。視覚的なレポートダッシュボードと、変更の有効性を実行前に評価できる「What-If (もし…だったら)」シミュレーションにより、マーケティング戦略を継続的に改善できます。

# PEGA NEXT-BEST-ACTION MARKETING™ FOR RETAIL BANKING

## ペガの優位性

### 顧客と企業の双方の立場で価値を最大化

- パーソナライズされた1対1キャンペーンは、オファーが顧客にとって関連性の高い妥当なものであることを保証します。
- 動的に生成され価格が付けられたバンドリングオファーが、1顧客あたりの収益性を高め、顧客のロイヤルティを向上させます。
- CLV（顧客生涯価値）、リスク、ビジネス目標を考慮した、パーソナライズされたオファーが、収益を最大化します。
- 企業内システムとの容易な統合により、リアルタイム処理、リアルタイムオファー、リアルタイムリコメンデーションを、既存のサービスデスクトップ上で実現できます。

### より多くのセールスを全チャネルでクローズ

- ネクスト・ベスト・アクションの自動調整機能により、オファーやアクションを各チャネルに最適な形で展開するプロセスを単純化できます。
- 自動化されたプロセスガイダンスと組み合わせたリアルタイムオファーやリアルタイムリコメンデーションによって、インバウンドインタラクションの間に提供・クローズされるセールスが増加します。
- 支店の担当者は、ツールを使って、許可された予算の範囲内で複数の商品と割引が含まれたパーソナライズされたオファーを作成することができます。
- 顧客が提案をすぐ選ぶことができない場合、後で別のチャネル上で再提示できるように、オファーを保存しておくことが可能です。

### 比類のないマーケティング アジリティの獲得

- 事前構築済みのベストプラクティスに基づくマーケティング戦略には、最優先の提案、提案のバンドリング、ネクストベストアクション、「What-If（もし…だったら）」分析、製品階層、インテリジェントなQ&Aが含まれます。
- 視覚的なドラッグアンドドロップ機能と、ディジションロジックやユーザーインターフェースの実装例は、開発とメンテナンスにかかる時間を削減します。

### 継続的な監視・適応・改善

- 適応分析では、顧客インタラクションに基づき、オファーやリコメンデーションがリアルタイムに更新されます。
- 戦略変更の影響を十分に理解し、その戦略の実行前にキャンペーンを最適化できるように、詳細な「What-If（もし…だったら）」シミュレーションを使って、顧客シナリオを実行し、結果をシミュレートすることができます。
- ビジュアルレポートダッシュボードを使用して、すべてのチャネル、セグメント、商品にわたってマーケティングの効果を簡単に監視・追跡することができます。
- 既存の分析エンジンとの（標準準拠の手法による素早い）統合が、モデリングにおける既存システムの資産価値を押し上げます。

簡素化

関係構築

適応



Pega Next-Best-Action Marketing™ for Retail Bankingは、最適なタイミングで最適なオファーを提供します。1顧客あたりの収益が増大し、銀行はより多くの顧客を獲得・維持できるようになります。これは、すべてのチャネル、すべてのデバイスにわたって行うことができます。