

CUT 1



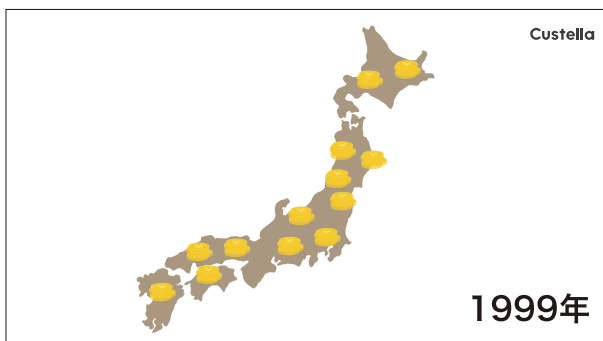
煌びやかな
効果音



茶色い丸が照らされて
ロゴマークになっていく

CUT 2

現金(コイン)が
徐々にカードに
替わるとともに
広がっていき
色もグラデで
変わっていく

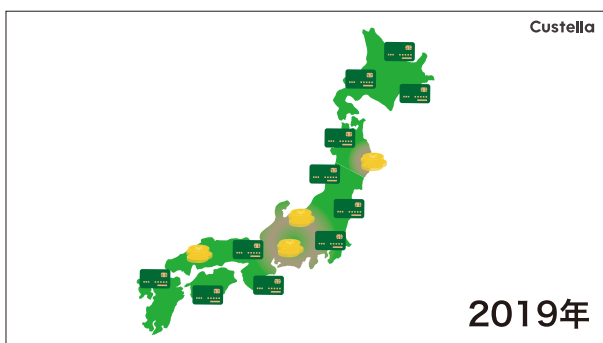


NA

近年のICT化に伴い、キャッシュレスデータが急激に
増加する中

CUT 3

年数が
変化していき
緑色が増える

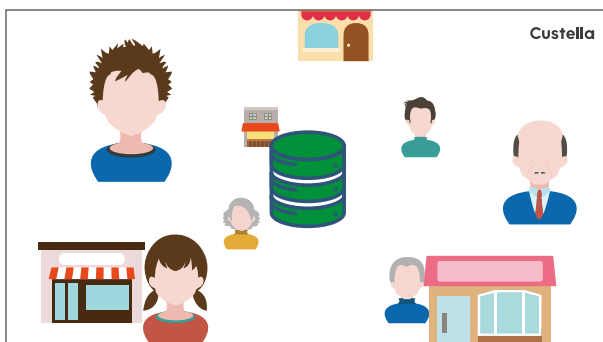


NA

三井住友カードが保有する国内最大級のキャッシュ
レスデータも年々増加しています。

CUT 4

どんな人か
どの業種か、
といった
データが
集約していく



NA

この膨大なデータを個人及び加盟店が特定されない
よう統計処理化、分析し、マーケティングに活かす

CUT 5



効果音

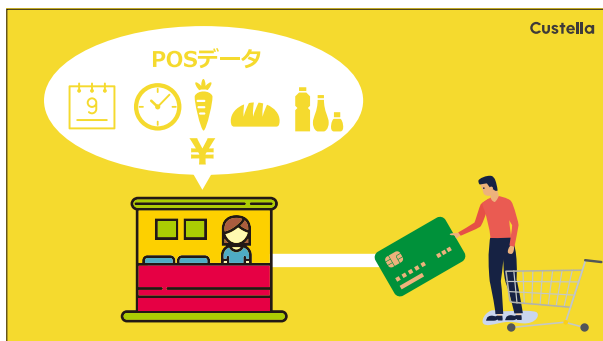


NA

新たなサービス【カステラ】が誕生しました。

CUT 6

顧客が
何人も入れ替わる
カードだったり
現金(お財布)
だったり



NA

今まで、加盟店様が保有するデータは、自社の購買
データに限られていたため、



現金の表現は「お財布」とします

CUT 7

段々引いていく

様々な人が
色々な店に
行っている

スポットは
自社のみ

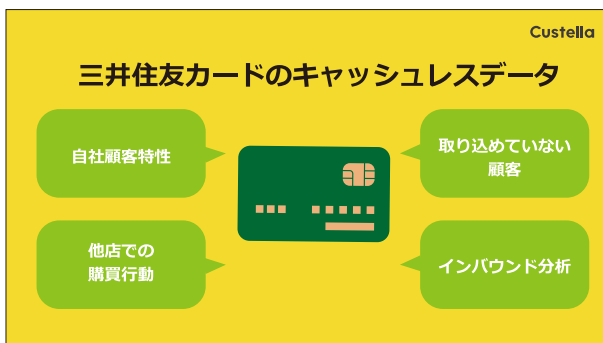


NA

自社以外での顧客の購買行動は把握できませんでした。

性別や年代違いは編集時にご確認いただけます。

CUT 8

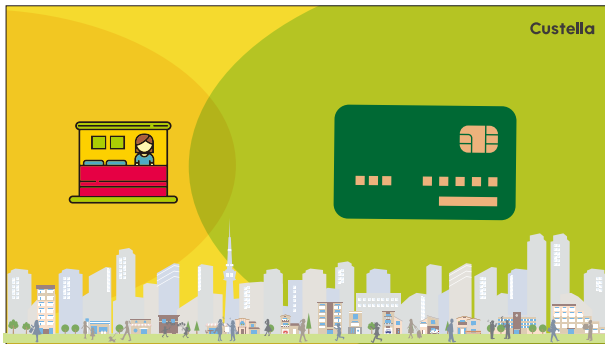


NA

カステラでは、今まで把握できなかった顧客特性や
他店での購買行動、取り込めていない顧客、更にイ
ンバウンド顧客の傾向を可視化することができます。

CUT 9

効果音

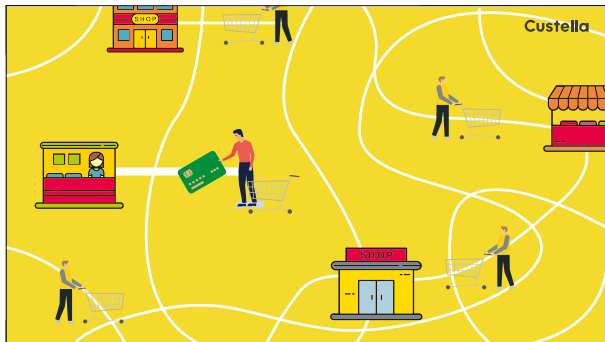


NA

加盟店様は、自社の顧客データとキャッシュレスデータをかけ合わせることで、より深く、より広いデータ分析が可能になり

CUT 10

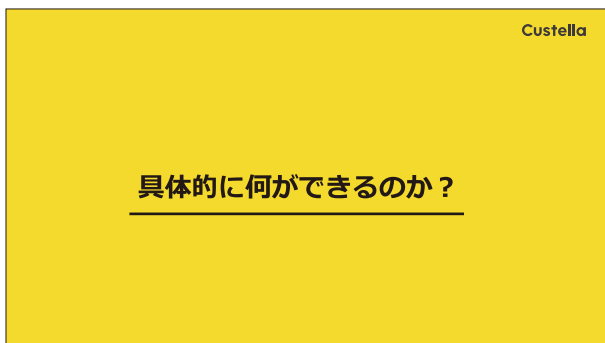
スポットが
広がって
自社以外の雇
も見えてくる



NA 今まで見えなかった顧客の購買行動が見えてくるのです！

性別や年代違いは編集時にご確認いただきます。

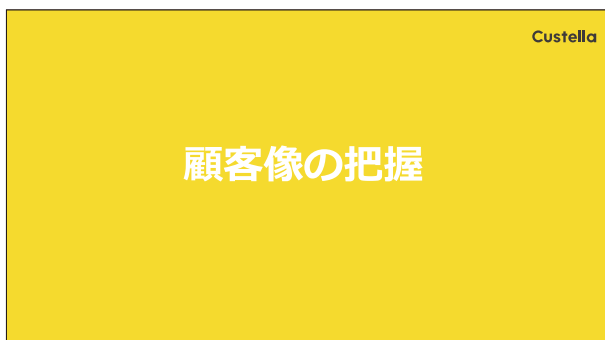
CUT 11



NA では、カステラを使うと具体的に何ができるのでしょうか。

CUT 12

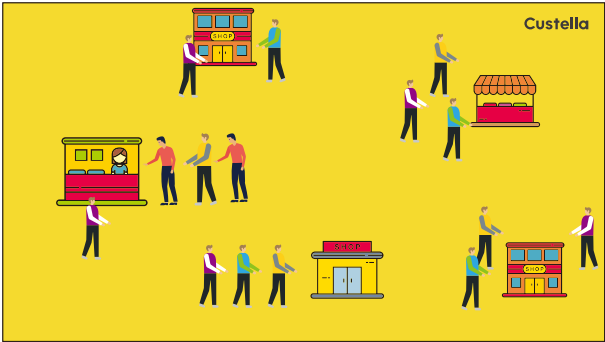
効果音



NA まずは顧客像の把握。

CUT 13

リピーターが来る中
たまにくる
ライトユーザーA/B/Cが
他社に買い物に行く



NA リピーターユーザーはもちろん、たまにしか来店しない
ライトユーザーの特性が詳しく分かり、その顧客の
他店での購買行動から、今まで見えなかった顧客像
やライフスタイルが分かるので



CUT 14

他店舗利用で取得した
ライトユーザー群の
顧客像に効果的な
DMを送付する



この情報は入っていません。
NA の尺が短く、入らないため

NA 顧客マーケティングやプロモーションに役立
ちます。

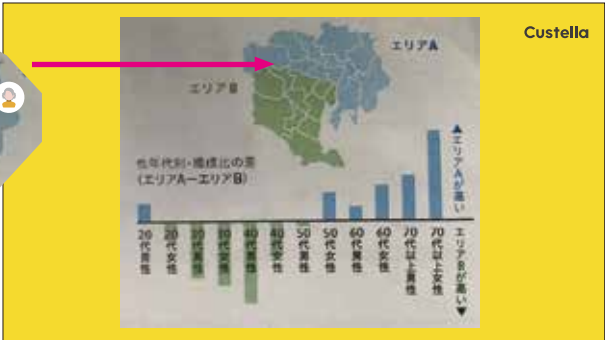
CUT 15

効果音



NA 次に商圈分析

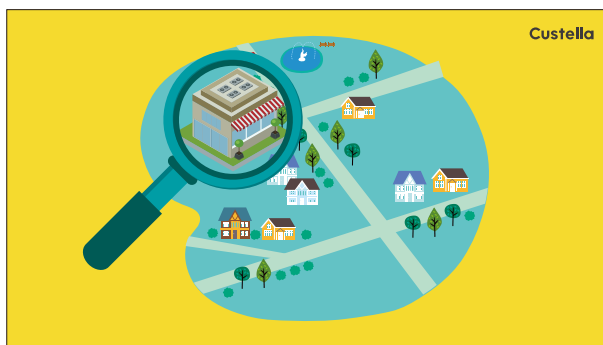
CUT 16



NA 自社の商圈内でどのような人たちが、何を、いくら消
費しているか分かるので、

CUT 17

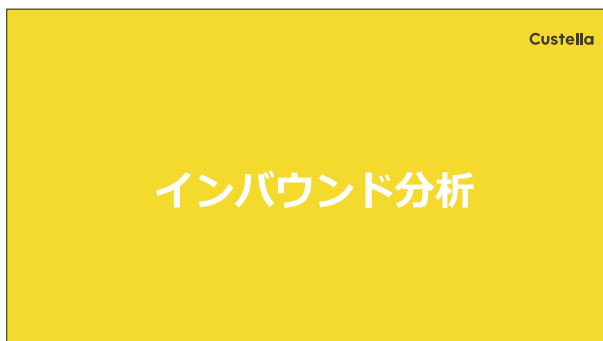
虫眼鏡が出て
発見する



NA エリアマーケティングや出店戦略に役立ちます

CUT 18

♪
効果音

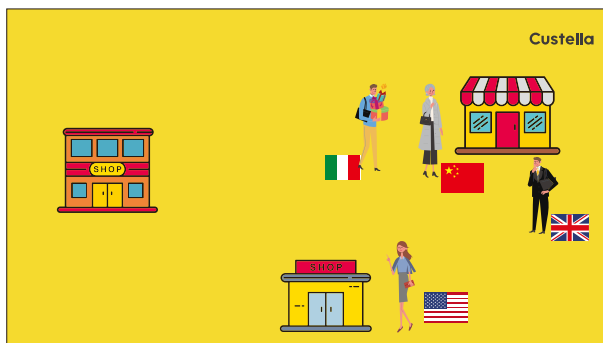


NA そして、インバウンド分析

CUT 19

外国人の国籍が
分かってくるので
国旗が徐々に
出てくる

各他業種に
立ち寄る



NA インバウンドの全体売上額の把握はもちろん、どこの国から来たかや、来店前後に立ち寄ったエリアまで分かるので

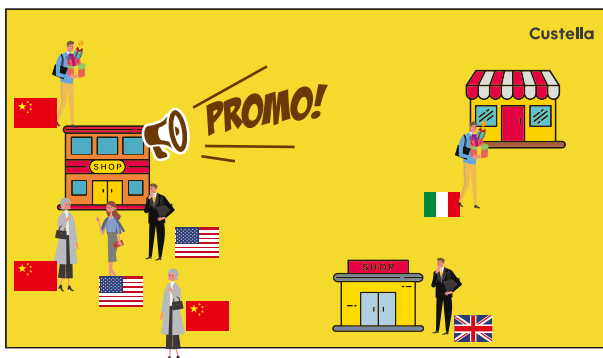


人種が特定されるような誤解を招かないイラスト
国籍は主に東南アジア系とアメリカ・ヨーロッパなど

CUT 20

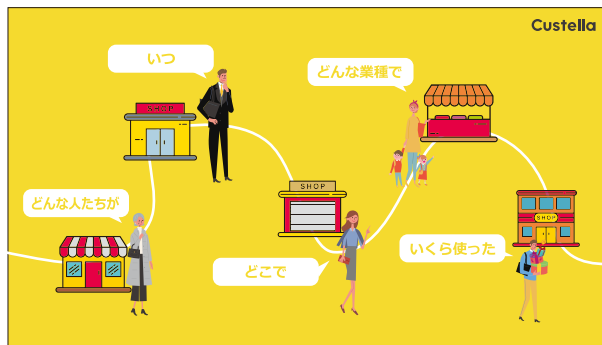
国籍に応じた
プロモーションを行う
(スピーカーで表現)
ことで
集まってくる
外国人群

このカットでは
中国とアメリカに
スポット当てている



NA 商品開発や海外プロモーションに役立ちます。

CUT 21



NA このように、カステラを活用することで、今まで捉えられていなかった顧客の様々な購買行動を把握することが可能となり、マーケティング施策全般に活かすことができます。

CUT 22



NA 三井住友カードのキャッシュレスデータを活用してカスタマーを照らす。

CUT 23



NA データ分析支援サービス「カステラ」

CUT 24

