



THE
BUSINESS
CLOUD™

お客様成功事例



Domoで素早くデータ分析を行い、
お客様のニーズに合ったデジタル施策を実現

会社情報

社名
三井住友カード株式会社
Web
www.smbc-card.com
業種
クレジットカード

三井住友カードは、個人・法人向けカードや、ファイナンス、その他カード会員向けに多彩なサービスをお届けする会員事業、安心のネットワークと最先端の技術によりさまざまなシーンでのキャッシュレス決済を実現する加盟店事業、クレジットカード業務全般について、お客さまのご要望に応じたソリューションを提供する受託事業を展開しています。

導入前の課題

- デジタル施策の検証結果を分析できるリソースと環境が整っていなかった
- 1つのデジタルプロモーションのPDCAの実行に1カ月ほど要していた
- 同じデータを共有できず、事業部間でのコミュニケーションに時間を要した

導入結果

- データが共通言語となり事業部門の意思疎通がはかどり、迅速に次のアクションにつながる
- PDCAのスピードが向上し、開封率が1.4倍、クリック率が1.25倍に向上
- 事業部を超えて分析や評価の情報を一元管理し、新たな課題発見へ

主なデータソース



Domoの良いところは、データ取得手段が豊富にあること。サイロ化したデータを一元管理できることや、ダッシュボードを設計しておけば、プログラミングや分析スキルがなくても簡単に操作できるため、分析のハードルが下がることです。



三井住友カード株式会社
マーケティング本部 IT戦略部
小島 翔氏



当社のデータ戦略部がDomoを先行して導入していたこともあり、利用を社内に拡大することで、誰もがデータを分析できる環境を整えました。今では他の事業部メンバーも積極的にDomoを活用するようになっています。



三井住友カード株式会社
マーケティング本部 IT戦略部
富永 響氏

課題 デジタルを通じたお客様体験価値向上のため、データ分析環境の必要性が高まる

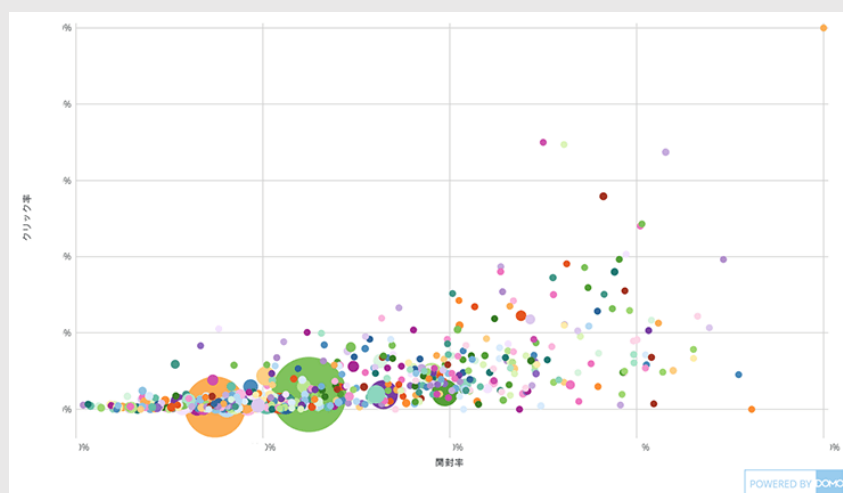
三井住友カードのマーケティング本部IT戦略部は、お客様とのデジタルコミュニケーションを担っています。カードの利用状況やポイント残高などをいつでも確認できる「Vpassアプリ」やWebサイトの各種機能開発・UI改善、メール等プッシュプロモーションを通じたデジタルコミュニケーションを通して、より快適な体験を提供しています。一人一人の状況に合わせた、デジタルコミュニケーションの推進を強化していく中で、プッシュプロモーションの対応案件数は増加していき、毎月150件以上の施策を企画・運用していたため、効果検証にリソースを費やすことが困難な状況でした。さらに、いざ分析を行うにあたり必要なデータがサイロ化していたため、分析業務が大きな負担になっていました。そのために、誰でも簡単に、かつタイムリーにデータを分析ができる環境の構築が急務でした。

導入理由 誰でも簡単にデータ分析ができる環境を目指しDomoを選定

三井住友カードでは、2017年よりデータ戦略部が先行してDomoを導入していたこともあり、利用を社内に拡大することで、誰もがデータを分析できる環境を整えました。

活用の拡大にあたり、ドモのコンサルタントが丁寧にヒアリングし、わずか2か月程度で要望に沿ったダッシュボードを構築し、そして、1時間の社内トレーニングを経て、メンバーが簡単にデータ分析できる環境が整いました。

【案件ごとに配信数と開封率・クリック率を表したダッシュボード】



- 円の大きさが配信数、縦軸がクリック率、横軸が開封率を表し、案件の評価を可視化。
- 過去のメールのデザインや文言もすぐに確認可能。

導入効果 事業部を超えたデータの可視化により、タイムリーな施策実行へ

1. データが共通言語となり事業部門の意思疎通がはかどり、迅速に次のアクションにつながる

事業部門を超えて誰でもアクセスできるDomoのダッシュボードは、リアルタイムデータを理解する上で社員の共通言語となりました。事業部門間のコミュニケーションが取りやすくなり、スピーディに次のアクションを実行できるようになりました。具体的には、以前は、メール配信結果を月次で共有していたものが、Domo導入後は、最短1営業日で共有できるようになりました。そのため、配信の記憶が新しいうちに次のアクションについて、話し合うことができます。さらに、過去に配信したメールデザインを確認する際にも、以前のようにフォルダの中を探し回る必要がなくなり、業務の効率化が図られています。

2. PDCAのスピードが向上し、開封率が1.4倍、クリック率が1.25倍に向上

同じダッシュボードを見ながらコミュニケーションをとることが日常化し、「何をしたら改善できるのか」という仮説立てがしやすくなったことで、PDCAのスピードアップにつながっています。これまで、事業部ごとに行っていた効果検証も、他事業部の施策へと視野を広げることで、成功事例の共有ができ、施策効果の最大化にもつながっています。

具体的な成果として、PDCAのスピードが向上し、短期間でメールの開封率が1.4倍、クリック率が1.25倍に向上しました。また、従来環境では、1案件のPDCAの実行には対象データの抽出・分析・企画・制作と1か月程度を要していたのが、Domo導入により抽出・分析工程が大きく削減できたため、半月程度まで短縮されました。

3. 事業部を超えて分析や評価の情報を一元管理し、新たな課題発見へ

これまで事業部や施策単位で行っていた分析・評価の情報を一元管理したことで、簡単に施策を横断的に分析・評価することが可能になりました。施策を横断的に分析することで類似施策との比較が可能になり、他部署の施策への興味喚起やこれまで見えていなかった課題の発見につながっています。

※この資料の記載内容は2022年7月に行われた取材内容に基づくものです。