TEC
WILL makes Value

購買データが変える
ブランド戦略の未来

Future Brand Strategies for Changing Purchasing Data.



多様な価値観と
ライフスタイル



消費者の意思決定の変数が多様化

購買チャネルや
ネット上の情報量の拡大



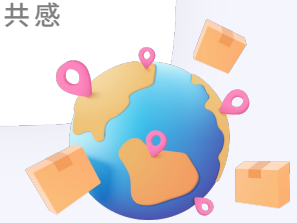
消費者個々の価値観、社会的トレンド、

友人やオンラインコミュニティの影響など、

多様化した意思決定変数を理解し、それに基づいて戦略を立案するためには

「消費者理解」が必須

サスティナビリティや
SDGsへの共感



**消費者理解するためのデータや材料は多く存在し、
そのデータを活用する事が重要**

ブランドへの共感や
購入店舗への好意度を重視



データ活用の落とし穴と購買データの重要性



消費ニーズの多様化によるクラスタリングの多様化

デモグラフィック情報だけでは
パターンが多すぎて
マーケティングの信頼度が低下

年代・性別・家族構成などの
旧来価値観の枠組みでは
生活者理解が困難

意識や価値観を測る**従来型調査**は
実際の購買行動を
完全に反映しているとは限らない

デモグラフィックデータだけでは消費者の行動やニーズを正確に把握するが困難

心理的・行動的なデータ（ペルソナ、価値観、購買行動、趣味嗜好など）を組み合わせた
多角的なアプローチが求められるようになっている



購買データは「行動そのもの」を反映

年代や性別を超えた、リアルな購買行動の記録

誰が	セグメントの特定
何を	需要の特定
どのように	行動パターンの特定



購買データ分析の意義

消費者の購買行動の背景にある「動機」や「ニーズ」を
明確化し、顧客に寄り添ったサービスや商品提供の基盤に

例 ）購入者層が想定ターゲット層と異なる場合、

インサイトを基に商品やプロモーション戦略を柔軟に修正





購買データの活用でブランド戦略を成功させる

購買データが生み出す深い消費者理解

1 個々のニーズを把握

消費者がどのような商品を好むのか、
購入背景やライフスタイルから傾向を明確化

例 ）健康志向の顧客に
低糖質商品やオーガニック商品の提案

2 感情的なつながりを発見

購買データから消費者がブランドに求める
「感情的価値」(喜び、安心感、信頼感など)を特定

例 ）サスティナビリティを重視する顧客に
環境配慮型のブランドメッセージを発信

3 未来のニーズを予測

過去データから次に必要とされる商品や
サービスを予測し消費者の期待を先回りして満たす

例 ）季節性の購買データを活用した
タイムリーなプロモーション展開



購買データの活用でブランド戦略を成功させる

消費者理解がブランドに対する好意を生む理由

1 パーソナライゼーションの実現

購買パターンや嗜好に応じた
商品提案やメッセージで「特別感」を提供し
親近感や満足感を向上

2 ブランドの価値観を共有

消費者行動や価値観に基づき
ブランドも価値観に寄り添った
ストーリーやメッセージを発信

3 信頼関係の構築

消費者が求める商品やサービスを
タイムリーかつ適切に提供し
「期待に応える」姿勢で信頼感を醸成



購買データの活用でブランド戦略を成功させる

「購買データ」×「消費者理解」でブランド価値を最大化

消費者の期待に応えるだけでなく期待を超える体験を提供し、ブランドそのものの価値を高める

ブランドロイヤルティの向上

- 消費者が「自分のことを理解してくれる」と感じ長期的なロイヤルティを形成
- リピーターの増加や口コミでの拡散が期待される



ブランドの差別化

- 購買データを活用し競合他社との差別化を図り、「このブランドは特別だ」と感じさせる



購買データ活用による成果を実現するために

ブランドロイヤルティの向上や競合他社との差別化、ブランド価値の最大化を実現するには、購買データを適切に活用することが不可欠です。

適切なタッチポイントでのアプローチ	購買データ分析を実施し 生活者への最適なタイミングでのアプローチ	最適なタイミングでパーソナライズされた 広告・販促メッセージの発信

私たちのサービスでは、小売を横断した広範なID付POSデータを基盤に、メーカー側の負担を軽減しつつ、
データ活用を通じた戦略立案と施策実行を支援します。
これにより、消費者の期待を超えるブランド体験を創出し、長期的なブランド戦略の成功を後押しします。



お会計を管理できる電子レシートアプリ。
キャンペーンもアプリ内で実施可能。



クーポンなどをレシートに
手軽に発券できるサービス。



来店/回遊時の消費者に向けて、
リアルタイムで販促が可能。

未来のブランド戦略に向けて

購買データ活用がもたらす未来は、消費者の期待を超える体験を提供し、ブランドを生活の一部として位置づける新たなステージへ進化します。

購買データ活用の真価は、単なる消費者理解に留まらず、「消費者の心を動かす」ブランド体験を提供する点にあります。この一連のプロセスが、ブランドに対する好意を育み、結果としてブランド戦略を成功へと導きます。



サービスについてお気軽にお問い合わせください

お問い合わせはこちらから