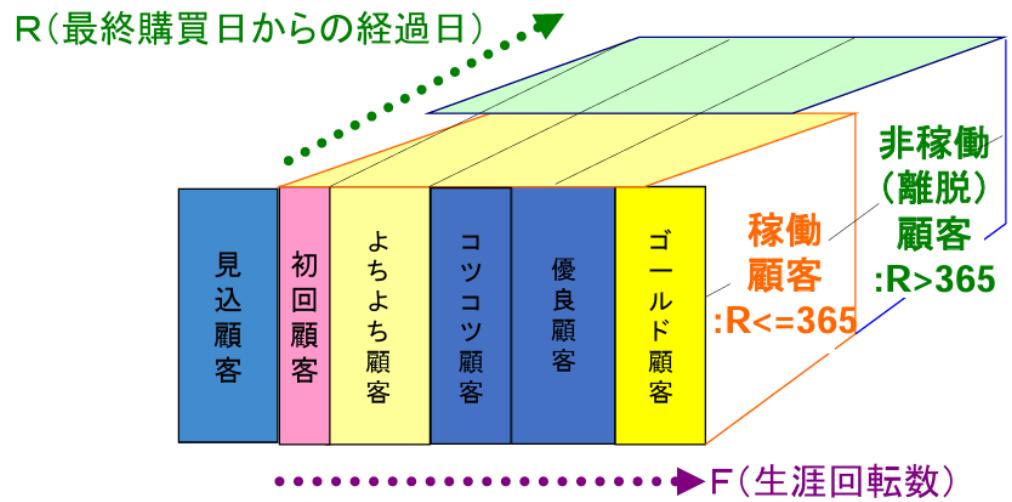


— NewCPM分析



機能

NewCPM分析では累計購入回数により顧客をセグメントし、各客層ごとに前年～本年への維持率（前年購入した顧客のうち本年も購入をしている割合）を算出し「顧客B S」「ゴールド顧客育成マップ」の分析手法から現状の顧客維持率から課題を発見するだけなく未来の既存顧客の売上予測が可能です。

こんなお悩みにお勧め

- 現状の方向性が正しいかを知りたい
→現状の顧客維持率から、今後残存する顧客数を各セグメントごとに計算、今後5年間累計で既存顧客がもたらす売上を予測。
- 長期的な目標に対してKPIを明確にしたい
→。目標を実現するためには、各顧客セグメントの維持率/もしくは離脱維持率（復活率）をどれだけ向上させれば良いのかを分析！