

イベント・ベースド・マーケティング(EBM)にもとづく金融商品・サービスのご案内の開始について

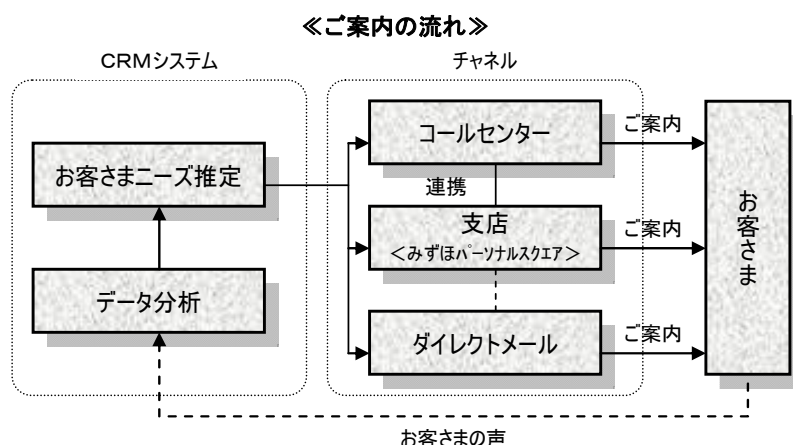
株式会社みずほ銀行(頭取:杉山清次)は、お客さまの金融ニーズに、よりの確かつタイムリーにお応えすべく、このたび新CRMシステムを活用した、本格的なイベント・ベースド・マーケティング(EBM)による金融商品・サービスのご案内を開始いたしました。

●お客さまのニーズを先取りしたタイムリーなご案内

- ・ EBMはお客さまのお取引の状況に応じて、金融ニーズおよびそのニーズが高まるタイミングを推定し、適切な金融商品・サービスを適切なタイミングでご案内するものです。
- ・ みずほ銀行はこのEBMを活用して、一人ひとりのお客さまのニーズに応じた商品・サービスを、最適のタイミングでご案内することにより、真にお客さまのお役に立ち、ご満足いただける提案を行ってまいります。
- ・ 一方、銀行にとっても、よりヒット率の高い、効率的なマーケティングを展開できることとなります。
- ・ 例えば、「ご退職を間近に控えていらっしゃるお客さまを事前に推定して、特別な金利優遇サービスがある『退職金定期預金特別プラン』や『みずほマネープランセット退職金運用プラン』などをタイムリーにご案内する」というのは、今回すでに開始しているEBMの一つです。

●緊密なチャネル連携によるスムーズな対応

- ・ 各種金融商品やサービスについてのご案内はお客さま一人ひとりのニーズに応じて、みずほ銀行の各支店、コールセンター、およびダイレクトメールなどを通じて差し上げます。
- ・ コールセンターやダイレクトメールを通じてご案内を差し上げる場合も、お客さまのお取引店との緊密な連携により、お客さまのご相談ニーズにスムーズに対応させていただきます。



- ・ みずほ銀行は、このようなお客さまの視点に立脚した取り組みを通じて、これからもお客さまのライフステージや個別のご事情に合った金融商品やサービスの提案力の向上に努めてまいります。

以 上