(12)特許協力条約に基づいて公開された国際出願

(19) 世界知的所有権機関
国際事務局

(43) 国際公開日
2002 年12 月12 日 (12.12.2002)

PCT

(10) 国際公開番号
WO 02/099711 A1

(51) 国際特許分類[7]: G06F 17/60, 19/00

(21) 国際出願番号: PCT/JP02/04289

(22) 国際出願日: 2002 年4 月26 日 (26.04.2002)

(25) 国際出願の言語: 日本語

(26) 国際公開の言語: 日本語

(30) 優先権データ:
特願2001-165325 2001 年5 月31 日 (31.05.2001) JP

(71) 出願人 (米国を除く全ての指定国について): 株式会社電通テック (DENTSU TEC INC.) [JP/JP]; 〒104-8411 東京都 中央区 築地一丁目8番9号 Tokyo (JP).

(72) 発明者; および

(75) 発明者/出願人 (米国についてのみ): 渡会 公士 (WATARAI,Koji) [JP/JP]; 〒104-8411 東京都 中央区 築地一丁目8番9号 株式会社電通テック内 Tokyo (JP).

川井 徹也 (KAWAI,Tetsuya) [JP/JP]; 〒104-8411 東京都 中央区 築地一丁目8番9号 株式会社電通テック内 Tokyo (JP).

(74) 代理人: 特許業務法人共生国際特許事務所 (KYOSEI INTERNATIONAL PATENT OFFICE); 〒107-0052 東京都 港区 赤坂三丁目８番１４号遠山ビルディング Tokyo (JP).

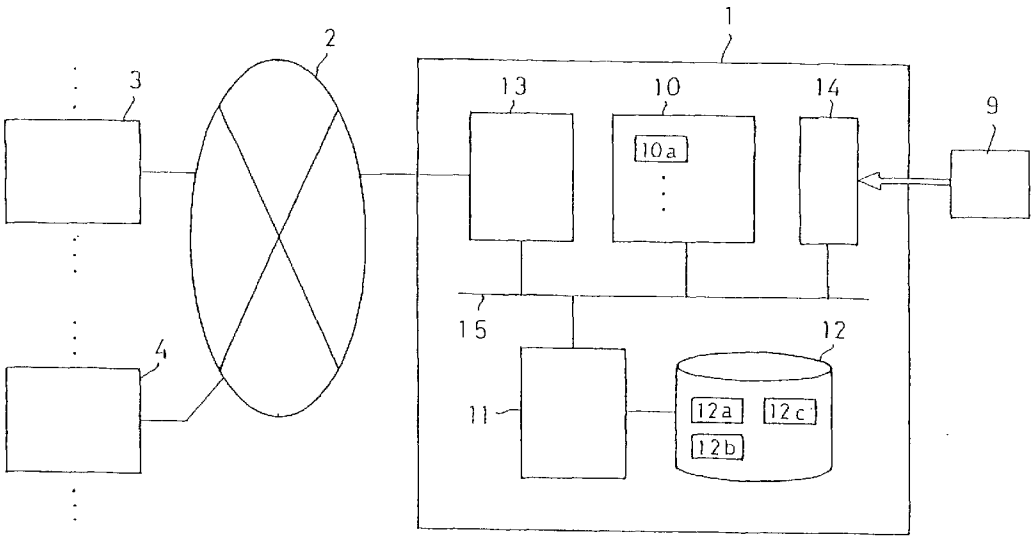
(81) 指定国 (国内): AE, AG, AL, AM, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BR, BY, BZ, CA, CH, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DZ, EC, EE, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, HR, HU, ID, IL, IN, IS, KE, KG, KP, KR, KZ, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LV, MA, MD, MG, MK, MN, MW, MX, MZ, NO, NZ, OM, PH, PL, PT, RO, RU, SD, SE, SG, SI, SK, SL, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VN, YU, ZA, ZM, ZW.

(84) 指定国 (広域): ARIPO 特許 (GH, GM, KE, LS, MW, MZ, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), ユーラシア特許 (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), ヨーロッパ特

[続葉有]

(54) Title: SALES PREDICTION USING CLIENT VALUE REPRESENTED BY THREE INDEX AXES AS CRITERION

(54) 発明の名称: ３指標軸による顧客価値を基準とした売上予測



(57) Abstract: A sales prediction method for predicting the sales of a specific commodity depending on the investment object/condition by judging the magnitudes of the current and future values of the customers and the resource and by providing selection information on effective sales promotion investment depending on the customer. The method is characterized in that customer consumption information on a specific commodity is divided into customer value evaluation cells for judging the magnitudes of the current and future values of the customers and the resource of the customer future value by using three index axes, i.e., a purchase amount index axis (first index axis), a user type index axis (second index axis) and a customer purchase participation index axis (third index axis), the variations with time during different measurement periods of time of the cells and variation caused by sales promotion investment are measured, and the causal relation between the sales promotion investment and the sales is quantified, thereby making a sales prediction simulation.

[続葉有]

WO 02/099711 A1

許 (AT, BE, CH, CY, DE, DK, ES, FI, FR, GB, GR, IE, IT, LU, MC, NL, PT, SE, TR), OAPI 特許 (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

２文字コード及び他の略語については、定期発行される各*PCT*ガゼットの巻頭に掲載されている「コードと略語のガイダンスノート」を参照。

添付公開書類:
— 国際調査報告書

(57) 要約:

特定商品の販売において、その顧客の現在価値、将来価値の大小とそのリソースを判定し、顧客に応じた効果的な販促投資の選択情報を提供し、投資対象・条件に応じた売上予測方法を提供することを目的とする。特定商品に対する顧客消費情報を、購入量指標軸（第１指標軸）と、ユーザタイプ指標軸（第２指標軸）と、顧客購入関与度指標軸（第３指標軸）との３指標軸を用いて、顧客の現在価値と将来価値の大小と顧客将来価値の源泉リソースを判定する顧客価値評価セルに分割し、さらに、前記セルの異なる計測期間の経時変化と販促投資による変化を測定し、前記販促投資と売上の因果関係を数量化することにより売上予測シミュレーションを行うことを特徴とする。