

サブスクリプション型企業の LTV最大化の為の分析例

スプリームシステム株式会社



事業概要

動画・音楽・電子書籍などを月額課金型で利用できるデジタル配信サービス

販売チャネル

ECサイト

会員数

約230万人(2018年)

売上

約250億円(2021年)





目的

新規会員獲得施策の見直し、既存会員のリピート率、単価向上によるLTV最大化の実現。
また、上記に伴う施策や分析のオペレーションコストの削減。

実施実行

LTV最大化にむけた 多角的な分析

サービス全体のLTV最大化に向けて、「新規会員獲得チャンネル×継続率」や、「入会後の視聴コンテンツ×解約率」など、多角的な分析の実施。
分析例を次ページでご紹介。

One to One施策

分析結果をもとに、LTV最大化にむけて精緻なOne to One施策の実施。

レポート自動化

フローチャートを用いて、分析・施策の結果のレポートを自動化。オペレーターの業務負荷の軽減や人手による抽出ミスの防止。





LTV最大化にむけた多角的な分析例

実施概要

月額課金の入会経路分析

LTVに基づいた評価

サイトコンテンツの評価

視聴傾向の深堀分析

PublicDMPのデモグラフィックデータ活用

実施事項

- CPA効率の良い入会経路の発掘
- 代理店別/流入元別（オーガニック/リファラル/・・・）
- LP別/コンテンツ別（音楽/コミック/動画・・・）

- 月額課金入会後の退会率（課金者の減衰）による、Nヶ月後のLTV予測
- LTVベースでの入会経路評価、キャンペーン効果検証

- ページ遷移パターンでのサイト解析
- サイトアクセス傾向 × 月額課金の入退会行動
- サイトアクセス傾向 × 視聴/ダウンロード傾向

- 視聴アイテムの相関分析
- 視聴傾向 × 月額課金の入退会行動

- PublicDMPとの連携によるデモグラ情報取得
- 性別/年代などによる課金傾向/視聴傾向の分析

目的・活用方法

効率的な広告・アフィリエイト戦略

ユーザの中長期的な利益貢献の評価

サイトコンテンツの最適化

ユーザの視聴傾向に基づいた最適なオファー

精度の高い分析・施策実施





データ統合・分析・施策実行まで可能なAll in Oneソリューションです。
データを活用し顧客のエンゲージメントを高め、LTV向上を実現します。

point 1

システム部に依存せず、
あらゆるチャネルの
データ統合を簡易に実現

ドラッグ&ドロップで
顧客軸でデータ統合！



point 2

100種類以上の
分析テンプレートを用い、
深い顧客分析を実現

顧客購入行動把握の
テンプレート例

- | | |
|---------------|----------------|
| 顧客別売上分析 | N回目購入属性別分析 |
| RFM分析 | 初回購入属性別リピート分析 |
| 購入転換率・タイミング分析 | 購入/サイトアクセスRF分析 |
| 顧客ポートフォリオ分析 | 顧客別定期契約リスト |
| 顧客ポートフォリオ推移分析 | 顧客別初期/直近売上分析 |
| RFMセグメント推移分析 | 顧客別リピート間隔分析 |
| 初回購入月別レポート分析 | 顧客別メイン購入商品分析 |
| RFMリピート率分析 | 顧客別メイン購入属性分析 |

point 3

4つの観点から、
AIがOne to One
メッセージを自動化

Target



Offer



Timing



Channel





サブスクリプションモデル企業にて、One to Oneマーケティングを通じて、顧客とのエンゲージメント向上を実現されたい方はぜひご相談ください

aimstar製品ページ

<https://aimstar.net/>

aimstarの製品ページでも資料請求・お問い合わせができます。
資料の郵送も承ります。

電話でのお問い合わせ

03-5956-3426

平日9:00～17:00

メールでのお問い合わせ

info@supreme-system.com

会社名・氏名・メールアドレス・電話番号を
ご記入の上、お問い合わせください

