

工数を削減しながら、売上アップ！
アパレル業界における
One to Oneマーケティング事例

スプリームシステム株式会社

1.事例企業の紹介

2.aimstar導入前の課題

3.aimstarを活用した課題解決方法

4.aimstarの紹介





事業概要

全国約10の店舗とECサイトにて、
ファッションを中心にコスメや雑貨も
販売するアパレル企業

販売チャネル

主にECサイト・店舗

会員数

300万人以上



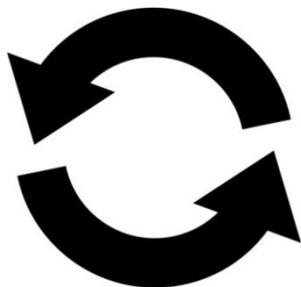


一斉メールによる
開封率の低下、解約率の上昇



各ショップ担当者からの一斉メールの乱発配信により開封率の低下、解約率の上昇。会員数は増えて
いるにも関わらずメール経由の売
上が増えていなかった。

商品や特典の同質化による
低いリピート率



商品や、送料無料などの特典が他社と同質化し、差別化が難しい状況であった。結果、新規顧客を集客して
も、リピート率が上がらなかった。

新規集客やCRMに費やせる
限定的なリソース



ECサイトのコンテンツ制作や商品登録など、マーケティング関連業務が多岐にわたるため、新規集客
や、CRMにかけられるリソースが
限られていた。

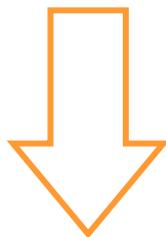
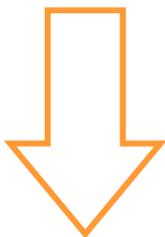




一斉メールによる
開封率の低下、解約率の上昇

商品や特典の同質化による
低いリピート率

新規集客やCRMに費やせる
限定的なリソース



顧客行動シナリオ

関係構築・維持シナリオ
需要喚起シナリオ

シナリオ自動化

Website上など、顧客行動に応じて
パーソナライズ化した
コミュニケーションを実施

初回購入者に2回目購入を促したり、
セール情報などを伝え、継続購入を
促すコミュニケーションを実施

一度設定することで、左のような
シナリオを2回目以降、
自動で配信する座組を構築





顧客行動シナリオ

顧客行動シナリオ

カート放棄、お気に入り登録、閲覧落ち、再入荷登録のリマインド/プライスダウン/在庫僅か/再入荷お知らせシナリオといった、顧客の行動をトリガーに、それに合わせた案内・販促をするシナリオ。

Website上の顧客行動



カート放棄



何回も閲覧



お気に入り登録

その人が良く買っているサイズ+a

カート放棄、何回も同じ商品閲覧、お気に入り登録の行動は、顧客にとって「買いたい」「興味がある」ということの表れ

顧客行動シナリオ例



リマインドメール



プライスダウン
お知らせメール



在庫僅か
お知らせメール



類似商品
オススメメール

など

コンテンツイメージ例

プライスダウン!!



セールピックアップ!!



今なら送料無料!!

....

カート放棄/お気に入り登録/閲覧した商品の中から差し込む。

MDのおすすめ商品のスコアを高め設定。

優良離脱顧客には特別に送料無料バナーを差し込む。

チェック!!



その他のおすすめ!!



クーポン

閲覧した商品と同じカテゴリ&同価格帯の中からオススメ。

利用可能なクーポン保持者には案内。





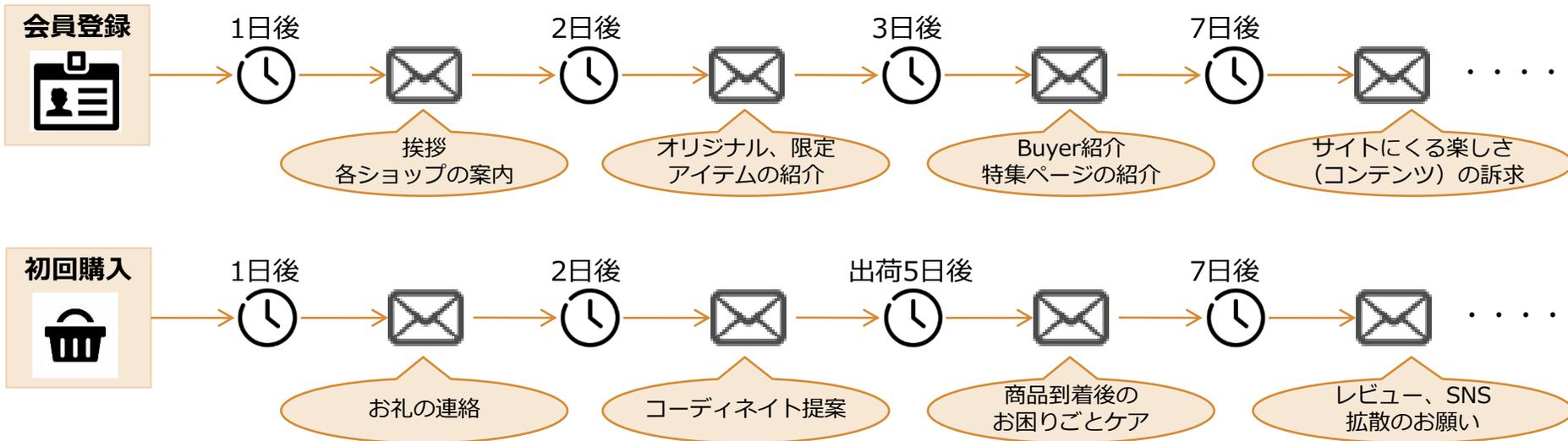
関係構築・維持シナリオ

関係構築・維持シナリオ

会員登録後ウェルカムシナリオ、初回購入シナリオ、購入後フォローシナリオ、ランクアップ/ダウンシナリオ、クーポンリマインドシナリオ、離脱防止シナリオなど、顧客にシチュエーションに合わせて適切なタイミングで適切な内容の案内・連絡をするシナリオ。

会員登録/初回購入シナリオ

会員登録、初回購入者の引上げは最重要施策。サイトの魅力や競合との違い、サイトの便利な使い方などを伝えることで、「サイトへの訪問」「ページ回遊」を増やし、購入につなげることが目的。



離脱防止シナリオ

離脱傾向にある顧客に対して、離脱前にフォローを実施。サイトの閲覧や行動タイミングをふまえて、顧客ごとにフォロー。



購買回数の少ない人

→購買間隔がつかめないので、一律で25日(給料日)/雑誌発売日にメール



購買回数の多い人

→平均閲覧/購買間隔をもとに段階的にメール配信





需要喚起シナリオ

お気に入り登録ブランド登録者に対して、定期的に最新/セール情報を案内。そのほかにも、ブランドクーポン、特集情報の更新に合わせてシナリオを発動。

夏SALEスタート

Spring Summer
SALE

チェックアイテム!!



セールピックアップ!!



おすすめブランド



.....

SALEスタートしたのか!?
ずっと気になっていた商品も
対象になっているから
買おうと。
あとは、好きなブランドで
セール対象になっているもの
ないかな。。



ブランドクーポン発行・期限前

COUPON

ブランドトピックス!

.....

ブランドオススメ





.....

お気に入り登録/
過去に購入のあるブラン
ドが期間限定クーポ
ンを発行している。
今のうちに買わない
と。。



特集などのメディア掲載

**秋コーデ
特集!**

掲載アイテム





限定キャンペーン

.....

好きなブランド/
興味のある特集
が更新されたん
だ。面白そう。
サイトにアクセ
スしてチェック
してみよう。





一斉メールによる
開封率の低下、解約率の上昇



顧客行動シナリオ

商品や特典の同質化による
低いリピート率



関係構築・維持シナリオ
需要喚起シナリオ

新規集客やCRMに費やせる
限定的なリソース



シナリオ自動化

これまでの一斉配信に比べて、
開封率や、リピート率等のCV率、
1通あたりの売上が**数倍～最大50倍アップ**

作成時間を減らした上で、
シナリオ本数を**18種類**
→**69種類**に増加





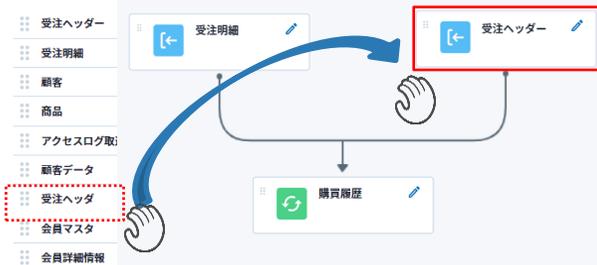
オムニチャネルにも対応し、データ統合・分析・施策実行まで
可能なAll in Oneソリューションです。

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

オンライン・オフライン
データ統合を簡易に実現し、
オムニチャネル施策を実現

ドラッグ&ドロップで
顧客軸でデータ統合！



point 2

アパレル業界に特化した
シナリオテンプレートを
搭載し、早期に改善

購入の後押しを行うシナリオ例

再入荷お知らせ	閲覧放棄
カート放棄	閲覧放棄(在庫僅か)
カート放棄(値下げ)	閲覧放棄(値下げ)
カート放棄(在庫僅か)	限定クーポン(シークレット)
お気に入りアイテム(値下げ)	限定クーポン(パステル)
お気に入りアイテム(在庫僅か)	クーポンリマインド
購入フォロー (おすすめ/レビュー/コード)	ポイント期限切れ前リマインド

など

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





アパレル業界にて、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

