

ゴルフ場・ゴルフショップの利用を促す 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



事業概要

日本各地のゴルフ場の所有・運営、
ゴルフ用品のECショップを運営する企業

販売チャネル

主にEC・店舗

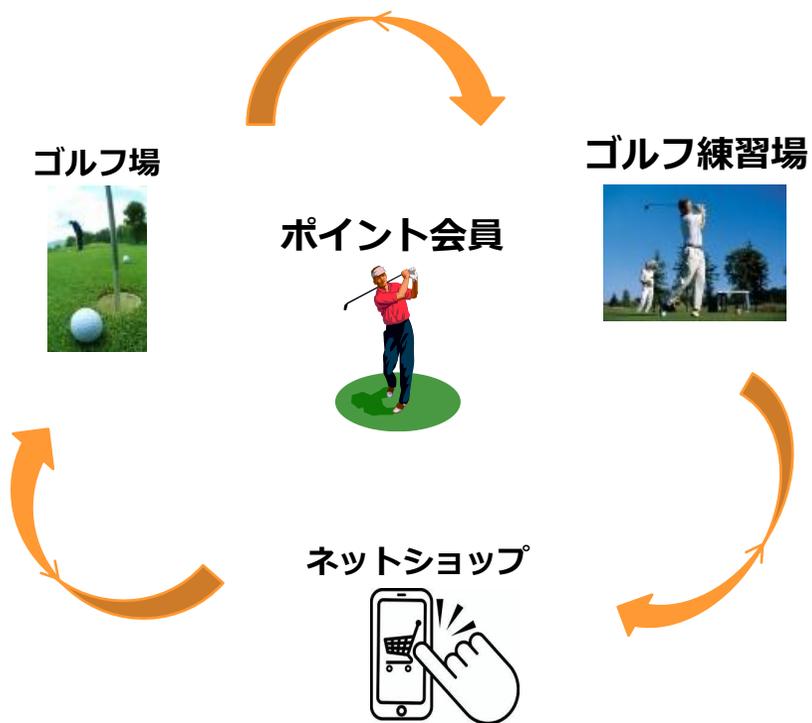
年間利用者

800万人以上





ゴルフ場・ゴルフ練習場・ネットショップのデータを連携し、過去のプレー実績や予約履歴、購買履歴などから目的に合わせて様々なOne to Oneマーケティング施策を実施。



One to Oneマーケティング施策例

顧客維持・優良顧客育成 施策

単価、接触頻度UP 施策

リピート促進・キャンセル率低下 施策

購買金額の増加、Shop利用増加 施策





顧客セグメント別フォローアップ

顧客の嗜好やメインの購買状況に応じてセグメントを分け、適切なフォローアップを行っていくことで、獲得した顧客を維持し、優良顧客へ育成させる。

分析

①顧客の予約・メイン購買行動を分析しセグメンテーション

デモグラフィック属性（性・年代・収入レベル・個人/法人）、メイン購入商品（プレープラン、グッズ、レッスン…）や購入属性（曜日、時間帯、決済…）などから類推するプレースタイル（付き合い、雰囲気好き、スコア追求、ゴルフマニア…）、RFM（プレー費×来場回数…）によるセグメンテーションを行う。

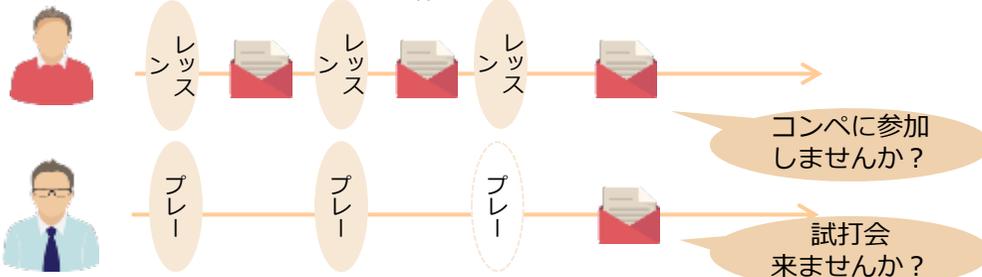


②セグメントごとのフォローアップシナリオを構築

各セグメントごとに、購入回数や季節などを考慮して、適切なタイミングと内容でオファーを行う為のシナリオを構築。

レッスン初心者の顧客に対しては、レッスン後にサポートメールを行い、レッスンを重ねたらコンペの案内を自動で配信。

メンバーに対しては、プレー間隔が空いてきたら、おすすめゴルフ場や、新作クラブの試打会のインビテーションを配信。



施策

DMやメール送信（半自動化）

セグメントごとのフォローアップシナリオをもとに、関連情報やお役立ち情報を提供し、再来場を促す。



顧客（付き合い）



顧客（ファッション）





単価、接触頻度UP施策

ジャンル内でのリピートUP、
他ジャンルへの誘導

ゴルフ場以外にも、練習場、スクール、SHOPなど顧客接点があるため、それぞれのジャンルでの顧客育成、他ジャンルへの誘導による顧客単価の上昇、企業ブランドへのファン化を狙う。

分析

①購入ジャンル数を把握



ゴルフ場だけではなく、
他関連サービスを利用する優良客

ゴルフ場しか利用しない顧客は何人いるのか？
ゴルフ場、練習場、SHOP、レッスン全てを利用する顧客は？

②各ジャンル内でのリピート、別ジャンルへの関連購買シナリオを決定

 ゴルフ場のリピート間隔は？
→リピート間隔を過ぎる頃にまだ予約していない顧客に対してフォローアップ

 Aゴルフ場を利用する人が、他に買いやすい商品は？
→Aゴルフ場しかまだ利用していない人に Recommend

施策

セグメントに合わせたDMやメール送信



平均来場間隔を過ぎて
るのに、未来場

- ・よく使うゴルフ場のプランを紹介
- ・同じゴルフ場を使う人達が他によく利用するゴルフ場を紹介



ゴルフ場利用のみ

- ・新作商品のご紹介
- ・プレー回数でのShop割引
- ・イベント案内
- ・スクール案内



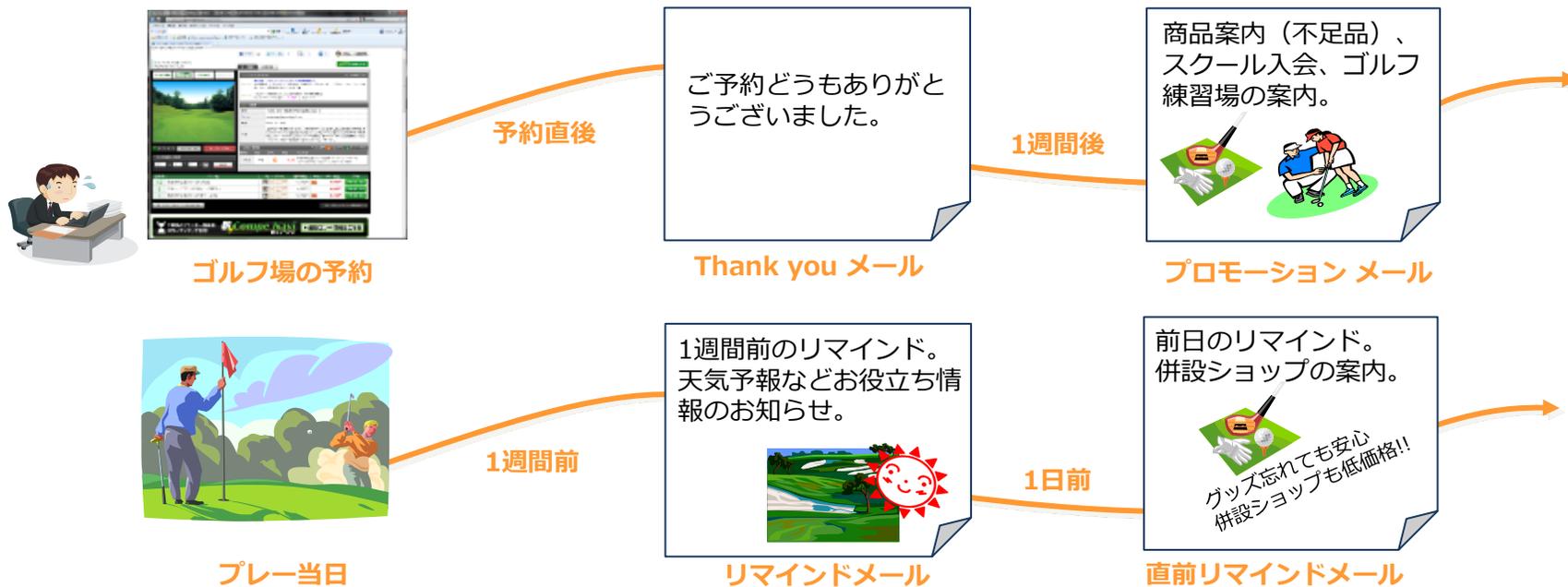


リピート促進・キャンセル率低下施策

来場予約のリマインダー、 プロモーション

ゴルフ場の予約、スクール入会、会員権の購入といったイベントをベースに、関連商品、サービスのプロモーションを行っていくことで、リピートアップ、キャンセル率の低下につなげる。

施策





購買金額の増加、Shop利用増加施策

クロスセル提案

顧客の嗜好やメインの購買状況に応じてセグメントを分け、適切なフォローアップを行っていくことで、獲得した顧客を維持し、優良顧客へ育成。

分析

顧客セグメント別に商品相関性を求め、顧客の購買行動に応じたクロスセルをリストアップする。

EX)スコアが高い顧客セグメントでの商品相関性
女性顧客の商品相関性

関連元	関連先	関連先購買件数	併売件数	リフト値
ボール ALTASホット トディスタンス	アイアンA0001	702	54	3.25
	ドライバーB0002	1059	51	2.03
	防寒ウェアC0003	5346	96	0.76

リフト値

- ・ある商品が他の商品の購買を促進する度合い
- ・リフト値 = 1 通常その商品が変われる確率と同等
- ・リフト値 > 1 となる商品をレコメンドすると購入しやすい
(アイアンA0001は、ボール購入者にお勧めすると3倍買いやすい)

施策

①DMやメール送信（半自動化）

セグメントごとのフォローアップシナリオをもとに、関連情報やお役立ち情報を提供し、再来場を促す。



顧客（スコア高）
田中様

・アイアンフェア
田中様にオススメ
です！

ちょうどいいかも！

②Shop内の陳列や店舗スタッフの教育に活用
買いやすい商品を近くに置くことで、売場内での自然な誘導が可能。



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





ゴルフ業界にて、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

