



メール1通あたりの売上4倍！

マーケターの仮説に基づくセグメント施策

スプリームシステム株式会社



事業概要

PCなどの家電用品をECで販売する企業

販売チャネル

主に自社EC、モール

会員数

非開示





価格コムやAmazonなど一般商流に乗せることができない商品は、通常商品と一緒に掲載できないため、「在庫処分」「箱汚れ特化」商品としてECサイト上で販売するしか方法がなかった。

<販売チャネル>

通常商品	在庫処分 ・箱汚れ
ECサイト	ECサイト
メール	メール
Amazon	Amazon
価格コム	価格コム





aimstarを活用して、マーケターの仮説に基づいてセグメントを作成しメールで配信。更にスコアリングを活用し、購買傾向の高いスコアリング上位者に対して配信し、クリック率や1通当たりの売上が2~4倍にUP。サイト上で販売していたときは数個しか売れなかったものの、数百個売れる商材もあり、新しいビジネスモデルを確立。

STEP 1

まずはマーケターの仮説をもとに、「RFM」
「過去に特定カテゴリ/商品を購入」セグメント
に対してシークレットメールを配信



STEP 2

aimstarスコアリングで、購買傾向をもとに
特定商品の購入しやすさをスコアリング。
スコア上位者に対してのみメール配信

顧客ID	特定商品購入スコア
Cus011	200
Cus019	197
Cus981	160
. . .	

実施施策

成果

平均開封率 : 15.9%
 平均クリック率 : 3.8%
 平均CV率 : 1.6%
 売上/通 : 21円

2~4倍



平均開封率 : 32.6%
 平均クリック率 : 8.1%
 平均CV率 : 4.6%
 売上/通 : 78円





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





家電業界にて、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

