



書店・電子書籍ストアを連携した 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

紙の書籍通販、電子書籍販売、店舗販売と
複数のチャネル・販売形態を持つ
総合書籍サービスを提供する企業

販売チャネル

主にEC・店舗

会員数

80万人以上（電子版）





カスタマージャーニーに基づくアプローチ

実施内容

割引による購買誘引施策によりマーケティングROIが悪化していたため、「消費者心理に変化させ期待する行動を起こさせるにはどのようなメッセージを訴求すればよいのか？」を考え、顧客のカスタマージャーニーに基づいたシナリオに変更。

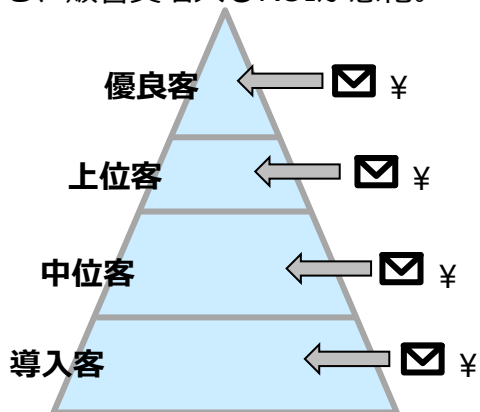
Before

<セグメント>

直近数ヶ月間の購買実績に基づいてユーザーを定義し、セグメント設定。

<コミュニケーション設計>

売上目標からの不足分を補うために、各セグメントに対して予算を配分して、割引による購買誘引施策を実施。一時的なキャンペーン効果で売上増加も、販管費増大しROIが悪化。



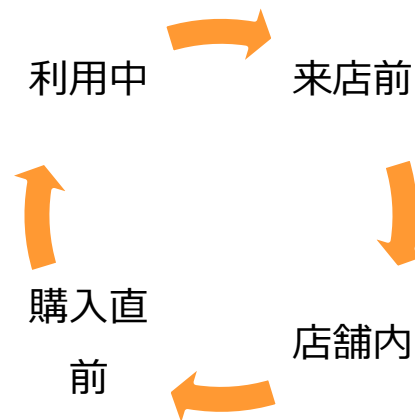
After

<セグメント>

購買商品傾向別にセグメントを作成。さらにカスタマージャーニーを前提とした「顧客ステータス」による設定。

<コミュニケーション設計>

「セグメンテーション」×「ステータス」それぞれに対して、シナリオを設定し、よりOne to Oneなコミュニケーションを実現。





ECと店舗を連携した施策

実施内容

顧客のWeb上の行動データと店舗情報をシームレスにつなぎ、ECと店舗の販売状況を連動させることで、販売機会の損失を阻止。

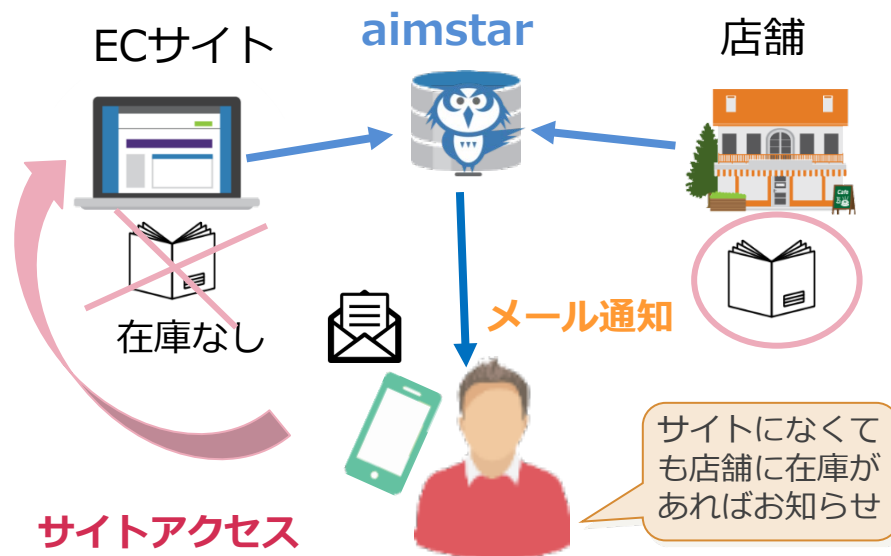
Before

サイトは在庫切れだが、店舗に在庫があった場合に、顧客へ通知する手段がなく機会損失を生んでいた。



After

サイトに在庫が無かった場合、顧客の住所から最も近い店舗の在庫情報を連携し、在庫がある場合はその旨を通知することで販売機会の取りこぼしを阻止。



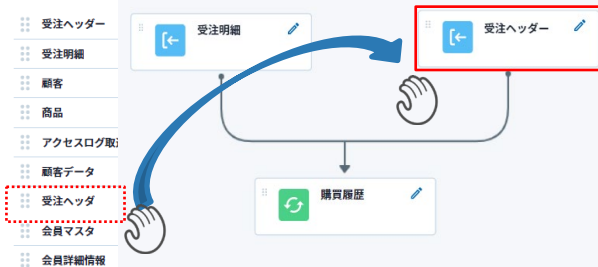


データ統合・分析・施策実行まで可能なAll in Oneソリューションです。
データを活用し顧客のエンゲージメントを高め、LTV向上を実現します。

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





書籍業界にて、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

