

電子メディアにおける 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



事業概要

経済新聞・電子版を提供する企業。
本事例では主に電子版の施策をご紹介。

販売チャネル

主にWebチャネル

会員数

80万人以上（電子版）





目的

有料会員の登録率、継続率の向上

課題

1日に何通もメールが送られており、配信過多になっている

各チャネルの施策が連携できておらず、一環したコミュニケーションが実施できていない

有料会員へのフォローアップ施策が十分にできていない

実施実行

配信対象
最適化

配信チャネル
最適化

配信ツール
最適化





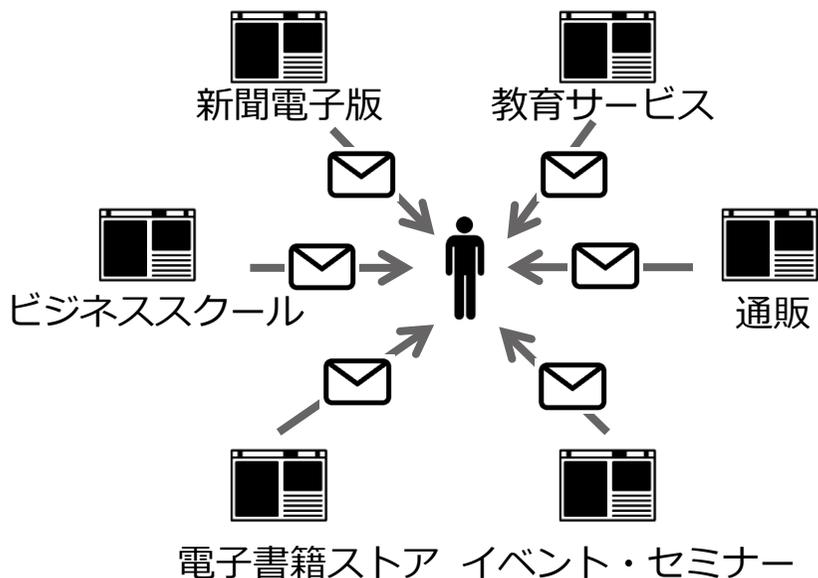
配信対象の最適化

実施内容

電子版メディア以外の各サービスと連携し、配信過多にならないようサービス間の配信制御を実施。

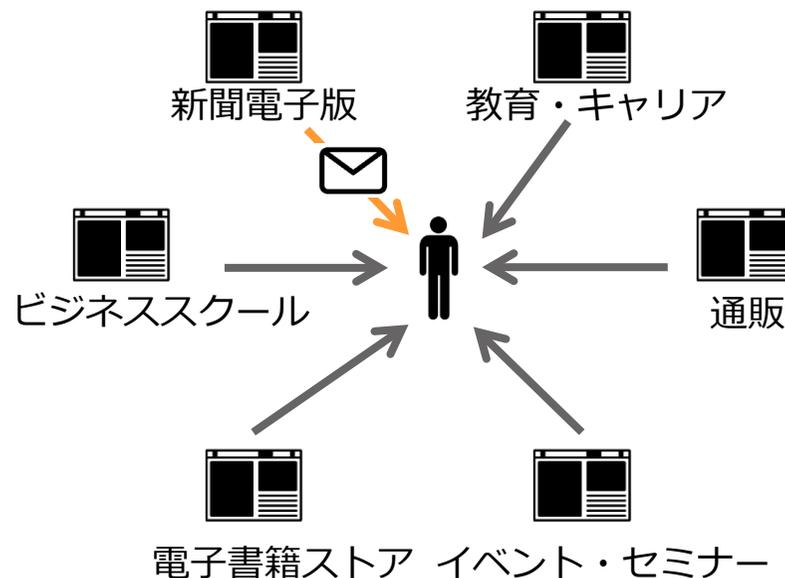
Before

各サービスと連携が出来ておらず、ひとりの顧客に対して1日に何通もメールが配信されており配信過多になっている。



After

各サービスと連携し、サービス間の配信制御（1人1日あたり配信可能な通数を決め、優先度にもとづきコントロール）を実施。





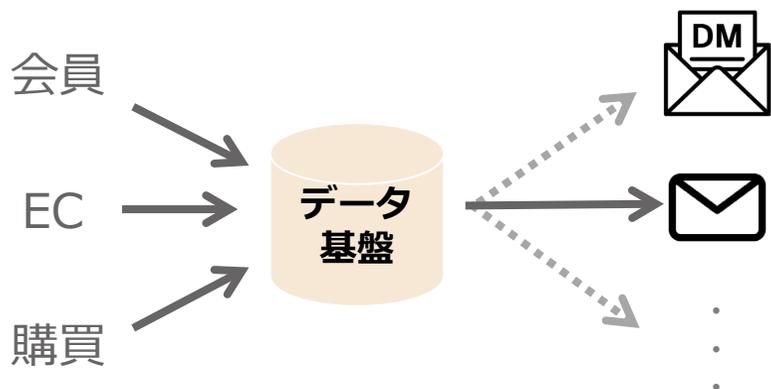
配信チャネルの最適化

実施内容

既存データを各チャネルの施策と連携させ、チャネル横断で一貫したコミュニケーションを実現。

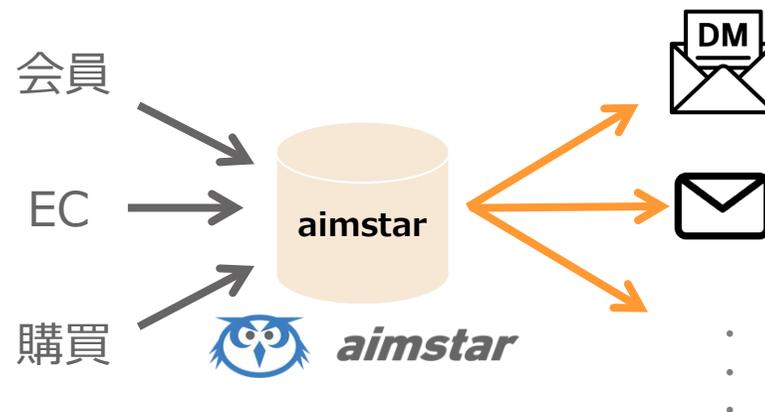
Before

会員情報やECデータ等の既存データがメール施策のみしか連携できておらず、DM等の他チャネルを含めた一貫したコミュニケーションが実現出来ていない。



After

CDP(※1)とMA(※2)の機能を搭載しているaimstarを活用することで、各チャネルでデータを活用した施策が可能になり、チャネル横断で一貫したコミュニケーションを実現。



※1 : CDP → カスタマー・データ・プラットフォーム

※2 : MA → マーケティング・オートメーション





実施内容

ユーザー自身でシナリオが可能になり、仮説をもとにした有料会員化にむけたフォローアップ施策がスピーディーに実施可能に。

Before

都度システムの改修が必要のため、無料会員に対して、有料会員への引き上げフォローアップ施策が不十分。



エンジニアに依頼して都度修正



After

ドラッグ・アンド・ドロップでシナリオ作成が可能なaimstarを活用することで、新たなシナリオをユーザー自身で追加&自動化。



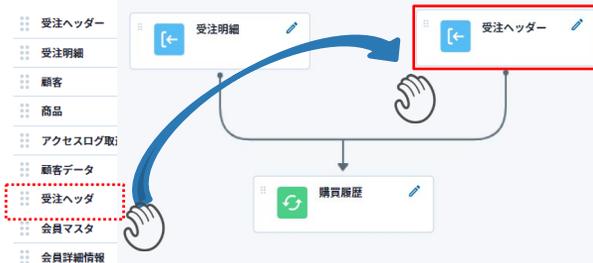


データ統合・分析・施策実行まで可能なAll in Oneソリューションです。
データを活用し顧客のエンゲージメントを高め、LTV向上を実現します。

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





メディア業界にて、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

