



ガソリンスタンド企業における 継続利用を促すOne to Oneメール例

スプリームシステム株式会社



事業概要

石油製品の精製および販売等を行う企業

コミュニケーション
チャンネル

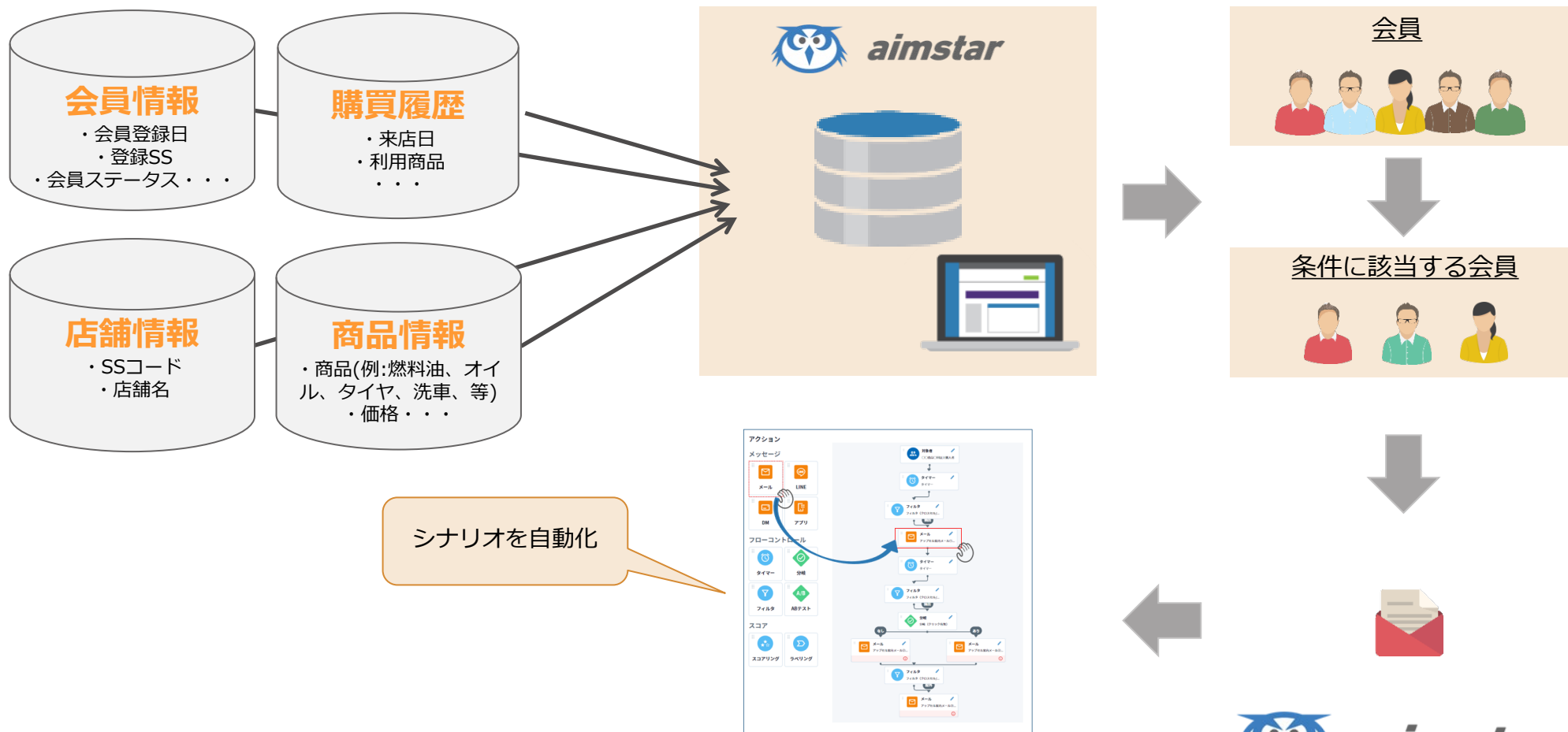
主にメール

売上

約10兆円（2022年）



会員情報、購買履歴、店舗情報、商品情報などあらゆる顧客データを統合し、会員の購買行動や施策の反応結果をもとにしたコミュニケーションを実施。シナリオ機能を実施し、各種コミュニケーションを自動化。



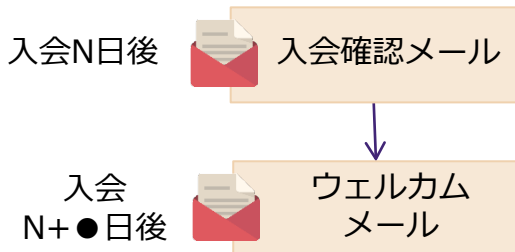


新規入会、継続利用のシナリオ例

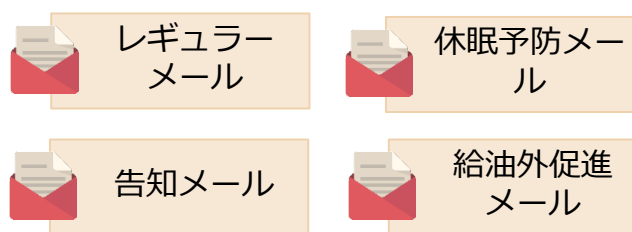
新規入会

継続利用

<入会后利用促進シナリオ>



<継続利用促進シナリオ>



来店が●日間
ない会員

給油以外の利用
がない会員

【ウェルカムメール】

強い特典で来店を促進する

〇〇様

こんにちは、【●●●●】です。

ご入会いただきありがとうございます。
ご入会感謝の気持ちを込めて、クーポンをお届けします。今後も会員限定のオトクな情報をお届けしてまいりますので、ご来店お待ちしております。

初回限定クーポン

ガソリン・経由
5円/L 引き

ご利用期限：△/□

【レギュラーメール】

継続的に特典を提供する

〇〇様

こんにちは、【●●●●】です。

会員の皆様へ限定クーポンをお届けします。
ご来店をお待ちしております。

クーポン

ボックスティッシュ1箱
プレゼント!

ご利用期限：△/□

【休眠予防メール】

来店が途絶えた会員を呼び戻す

〇〇様

こんにちは、【●●●●】です。

このメールを受け取った方だけに特別クーポンをプレゼント!

特別クーポン

ガソリン・経由
5円/L 引き

ご利用期限：△/□

【給油外促進メール】

給油量は多いが、以外の商品は未購入

〇〇様

こんにちは、【●●●●】です。

質問に答えて、チケットをもらおう!

質問：●●洗車を使ったことはありますか?
使ったことがない>>
使ったことがある>>

●●洗車がお得に!
期間中何度でも使える
●●洗車
200円 引き

ご利用期限：△/□



One to Oneメール例

ガソリン企業にて実施しているOne to Oneメール施策の例となります。
 施策ごとに、対象会員の抽出条件やタイミング、特典の内容などを決めてOne to Oneメッセージを実施します。

#	施策名	概要	対象・タイミング	特典例
1	入会確認メール	入会の御礼、おトクなメールが届く予告	入会○日以内	特典なし ※入会のお知らせのみ
2	ウェルカム	強い特典で次の来店を促進、来店を定着させる第一歩	会員入会○週後 金曜日	値引き&ティッシュ クーポン有効期間：●日
3	休眠予防メール	強い特典で来店が途絶えてしまったお客様を呼び戻す	来店が○日間なかった方	値引き クーポン有効期間：●日
4	給油外促進メール	給油量が多いが、給油外商品を未購入の方に特典を提供	来店頻度が■回/月以上&油外購入が○か月以上ない方	高額洗車値引き クーポン有効期間：●日
5	レギュラーメール①	継続的に特典を提供	ウェルカム/休眠予防/油外促進上記メールの対象外の方	値引き or ティッシュ クーポン有効期間：●日
6	告知メール	感謝デーなどの告知	対象店舗の会員の方	なし

9	新規会員定着化メール	ウェルカムオファーの有効期間が会員の反応率と残存率にどの程度影響するかを検証	テスト対象店舗にて期間中に新規入会した方	給油値引き クーポン有効期限：●日
10	洗車継続利用メール	洗車オファーの送付時期で最も反応率が高くなるタイミングを検証	テスト対象店舗にて期間中に事前設定した配信タイミングを迎える方	洗車値引き クーポン有効期限： △/□まで
11	給油継続利用メール	給油オファーの送付時期で最も反応率が高くなるタイミングを検証	テスト対象店舗にて期間中に事前設定した配信タイミングを迎える方	給油値引き クーポン有効期限： △/□まで
12	個別休眠予防メール	休眠予防メールが最も効果を発揮するタイミングを検証	テスト対象店舗にて期間中に事前設定した配信タイミングを迎える方	給油値引き クーポン有効期限： △/□まで



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





ガソリン企業にて、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

