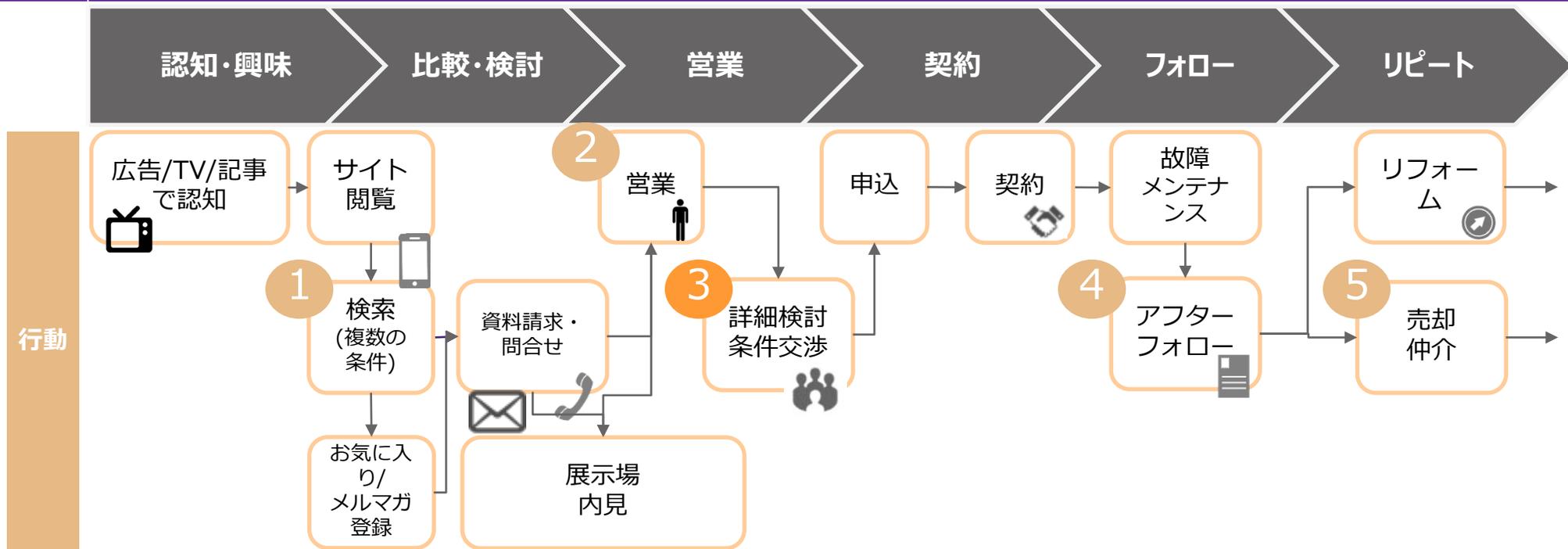


不動産業界における MAツール活用例

スプリームシステム株式会社



不動産業でのMAツール活用例_収益不動産事業の場合



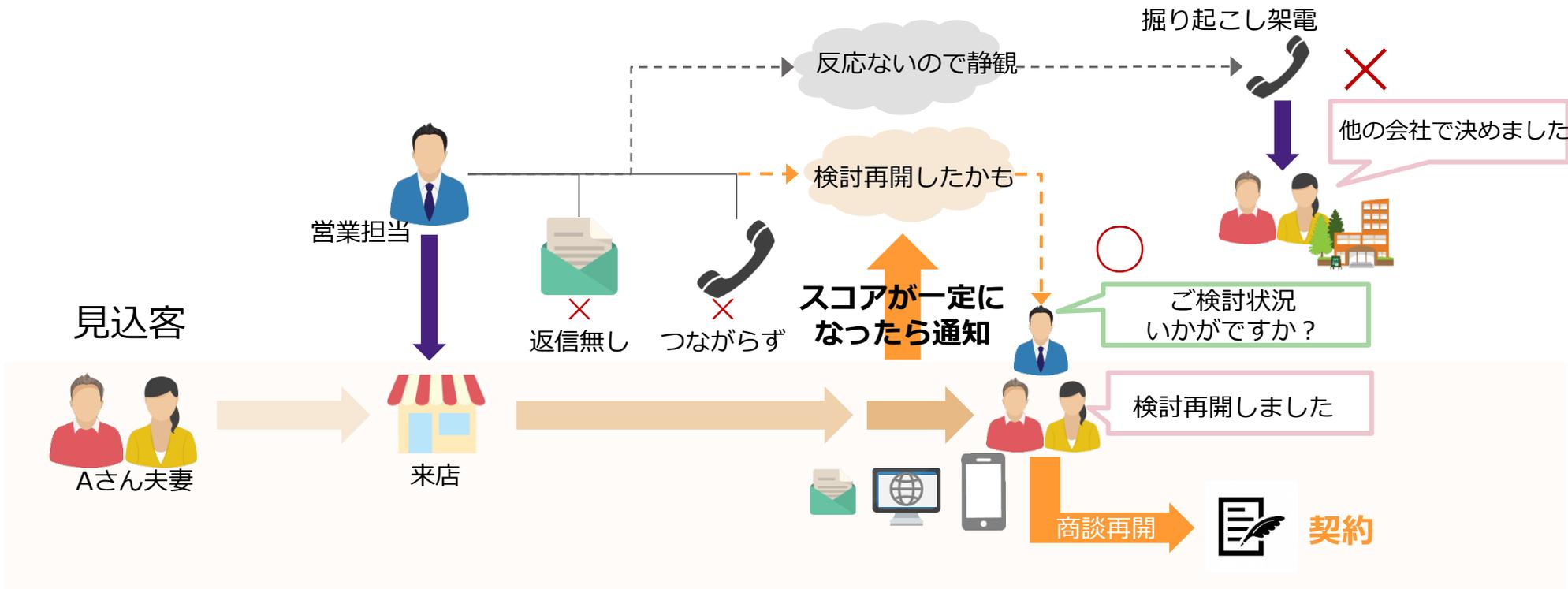
- MA活用詳細**
- 1 閲覧物件や、閲覧物件に近い条件の物件をWeb上でレコメンド。
 - 2 対応が遅いと競合他社に流れてしまう懸念があるため、閲覧回数が多い見込み顧客など確度の高い営業リストを自動抽出し、迅速に営業に連携。
 - 3 契約に至らなかった場合の再アプローチタイミングの営業への連携。
 - 4 契約後にアフターフォローサービスなどを定期的に案内。
 - 5 契約から一定期間契約した顧客に、リフォームや売却の提案。

詳細
次ページ



契約に至らなかった場合の再アプローチタイミングの営業への連携

再検討時の行動をスコア化し、契約に至らなかった顧客が再検討したタイミングで自動で営業に連携。他社での契約の前に商談をし契約につなげる。



スコア例

Web閲覧、資料請求、お問合せ、来場など顧客の行動をもとに、顧客スコアを定義。
Ex)直近5日以内の資料請求でスコア100付与、最終サイト閲覧日が1週間以内でスコア100、1か月以内でスコア50付与など。

アクション例

スコアの値に応じて、アクションの内容を変える（メール送信、営業へ連携など）。
Ex)スコア値が一定以上であれば、営業リスト出カスコア値が高い方から100名に、DM送付実施

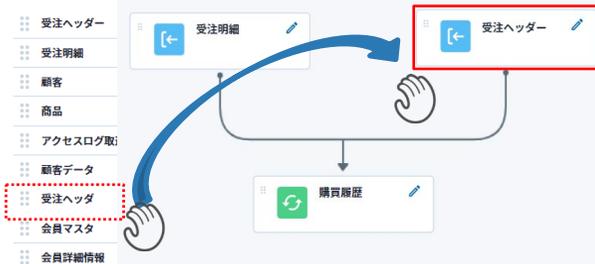


データ統合・分析・施策実行まで可能なAll in Oneソリューションです。
データを活用し顧客のエンゲージメントを高め、LTV向上を実現します。

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





不動産企業にて、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

