



**【事例付き】  
散在したデータ統合～施策PDCAまでの  
ステップをご紹介します！**

スプリームシステム株式会社

1. データ統合から施策実施までのステップ
2. ステップ①プロジェクト開始時の各部署とのコミュニケーション
3. ステップ②データ統合における3つの壁
4. ステップ③～⑤ (データ分析～施策実施)の事例
5. aimstarご紹介

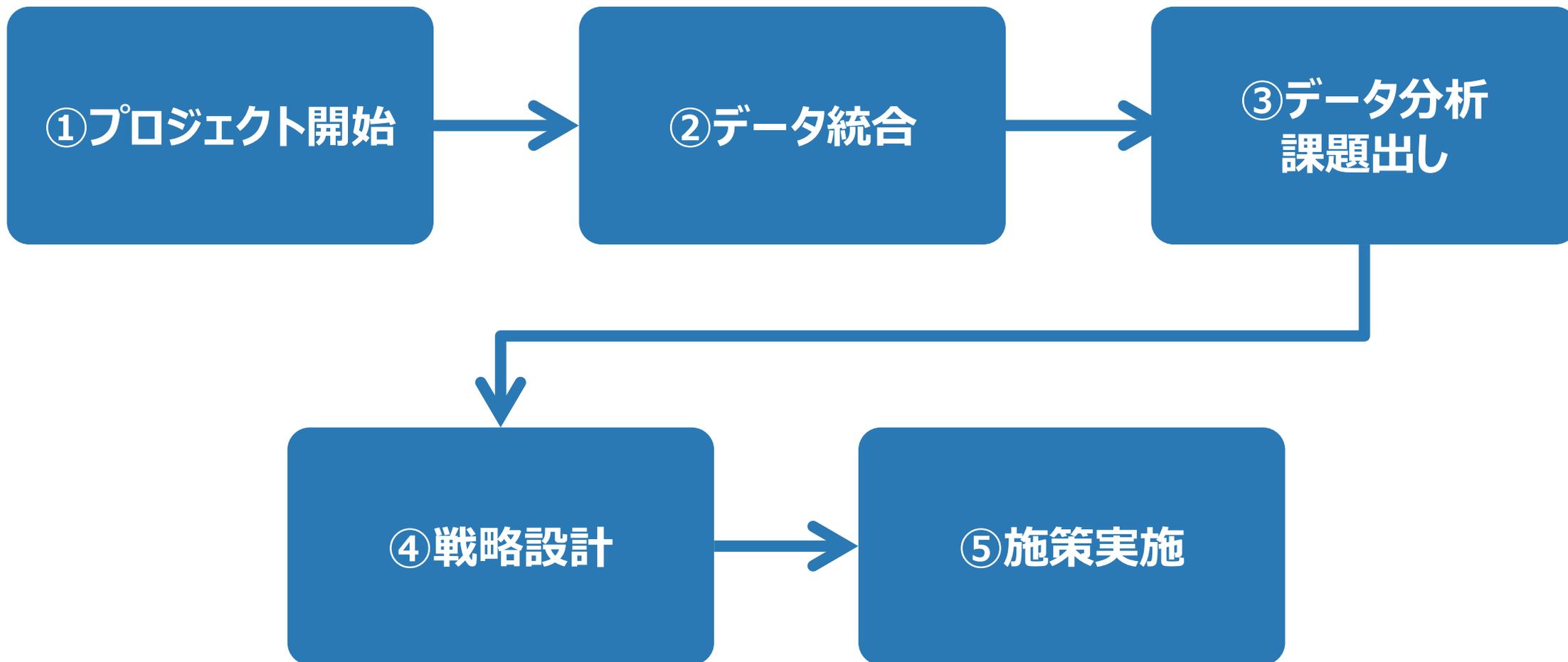
# 1. データ統合から施策実施までのステップ

2. ステップ①プロジェクト開始時の各部署とのコミュニケーション

3. ステップ②データ統合における3つの壁

4. ステップ③～⑤ (データ分析～施策実施)の事例

5. aimstarご紹介



1. データ統合から施策実施までのステップ
- 2. ステップ①プロジェクト開始時の各部署とのコミュニケーション**
3. ステップ②データ統合における3つの壁
4. ステップ③～⑤ (データ分析～施策実施)の事例
5. aimstarご紹介





# 散財したデータ統合から施策実行までのプロジェクトでは、マーケティング部署だけではなく、社内部署間連携や、経営層への説得が必須

対部署	気にする観点例
経営層	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ツール導入や人的にリソースに対するROI</li> <li>• 想定増加売上 = 配信対象者（シナリオ増加数）×CVR改善幅×顧客単価</li> </ul>
マーケティング部署	<ul style="list-style-type: none"> <li>• エンジニアやシステム部に依頼せずに、マーケ部自身でやりたい分析や施策が実施できるか？</li> <li>• 他業務とのリソースを鑑みて業務がまわせるか？</li> </ul>
システム系部署	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新たなツール導入により、既存ツールに制約が起こらないか？既存ツールとのデータ連携は問題ないか？</li> <li>• セキュリティ上問題ないか？</li> </ul>

1. データ統合から施策実施までのステップ
2. ステップ①プロジェクト開始時の各部署とのコミュニケーション
- 3. ステップ②データ統合における3つの壁**
4. ステップ③～⑤ (データ分析～施策実施)の事例
5. aimstarご紹介



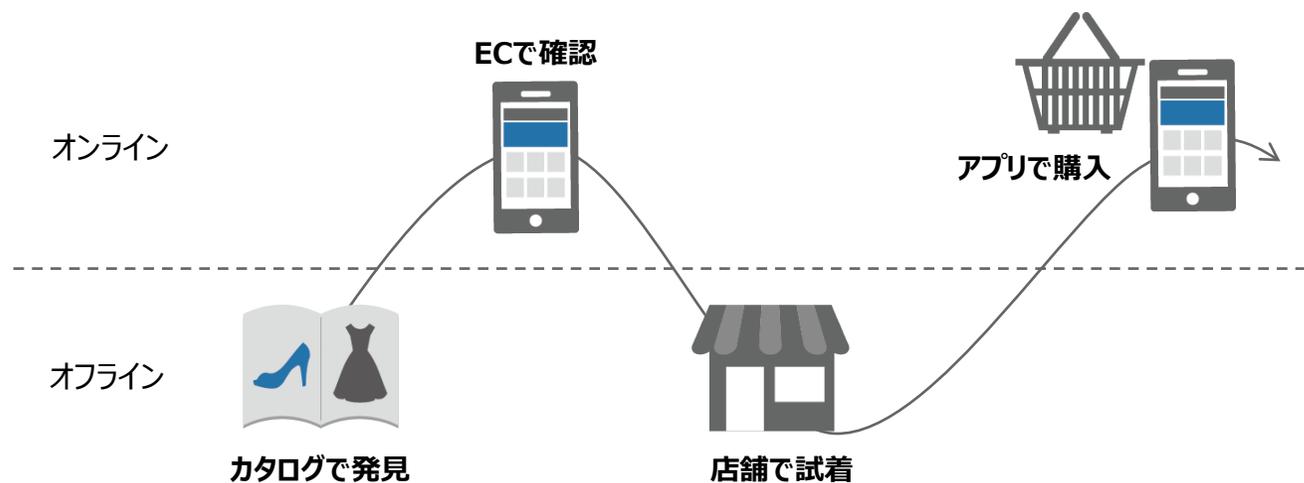


## 様々なチャネルにまたがる顧客データを統合し、 顧客行動を正確に把握すべき

### 顧客とのタッチポイントの多様化



### 顧客行動の複雑化





## データ統合に3つの壁があるため、 データ収集の段階からデータ活用を見据えた設計やツール選定を行う必要がある

### 一次データが 収集されていない

- そもそも必要なデータが明確に分かっていない
- データを収集するのに必要なツールが分からない

### 一次データは 取得できているが、 一元管理できていない

- 取得しているツールの仕様で、連携および統合ができない
- 連携の仕方が分からない
- 人手が足りない

### 一元管理できているが、 活用できていない

- 具体的な活用するにあたってのスキル、リソースが不足している
- データ量が多過ぎるため人手での運用に限界がある

1. データ統合から施策実施までのステップ
2. ステップ①プロジェクト開始時の各部署とのコミュニケーション
3. ステップ②データ統合における3つの壁
- 4. ステップ③～⑤ (データ分析～施策実施)の事例**
5. aimstarご紹介





事業概要

全国約40の店舗とECサイトにて、  
化粧水を中心に販売する化粧品通販企業

販売チャネル

主にECサイト・店舗

会員数

非開示

売上

約70億円(2019年度)



## 分析結果

RFセグメント分析(※)を実施し、セグメント毎の顧客シェアやリピート率などを算出。  
購入回数が2回目以内の顧客が全体の50%以上を締め、前回購入から8ヶ月以上経つとリピート率が22.3%から0.8%と大幅に低下する結果に。

## 戦略設計

他社化粧品に乗り換える前にフォローし、トライアルから2回目購入までの転換率の改善に注力することで、全体の売上拡大を狙う。

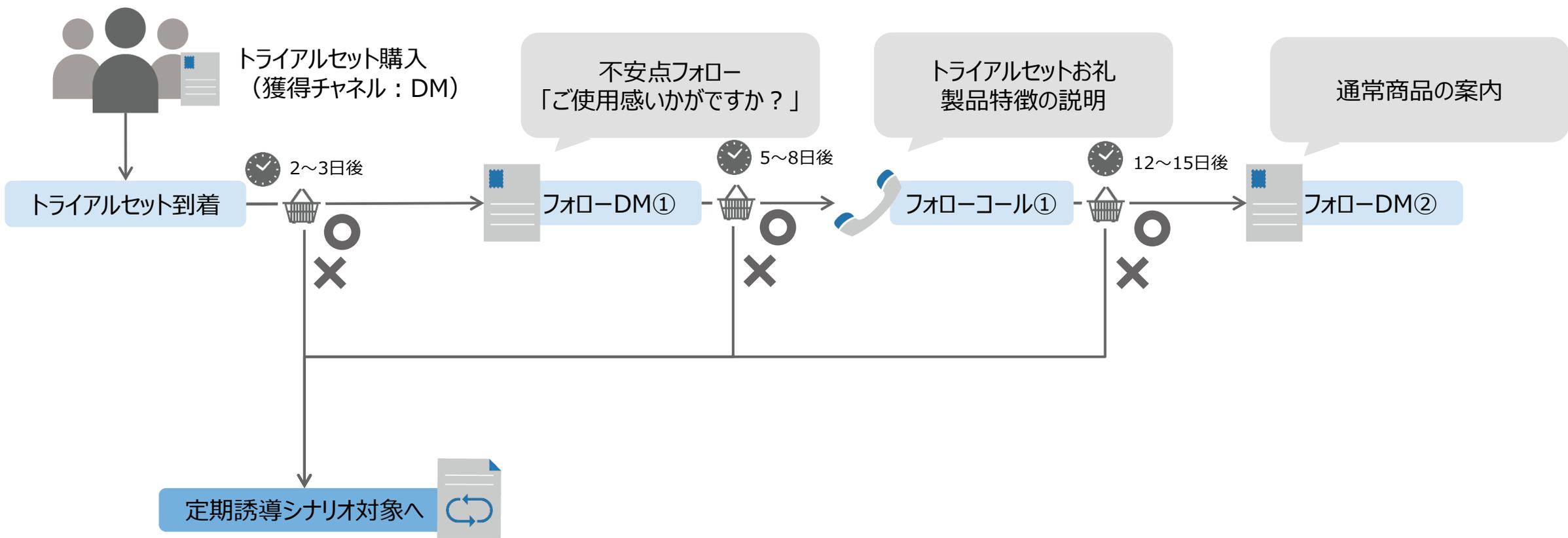
RF表	0回(サンプル)	1回	2回	3回	4回	5回	6回以上
1ヶ月未満	見込現役 リ°-卜率=3.8% 顧客シェア=0.4%	新規現役 リ°-卜率=22.3% 顧客シェア=2.1%		有望現役 リ°-卜率=38.6%			優良現役 リ°-卜率=60.7%
2ヶ月未満							
3ヶ月未満							
4ヶ月未満							
5ヶ月未満	見込離脱 リ°-卜率=0.4% 顧客シェア=4.7%	新規休止 リ°-卜率=7.2% 顧客シェア=0.5%		有望休止 リ°-卜率=7.6%			優良休止 リ°-卜率=14.4%
6ヶ月未満							
7ヶ月未満							
8ヶ月未満							
9ヶ月未満	新規離脱 リ°-卜率=0.8% 顧客シェア=44.1%			顧客シェアが大きくリピート率が低いため、 改善することで全体の売上拡大への インパクトが大きい			優良離脱 リ°-卜率=2.5%
10ヶ月未満							
11ヶ月未満							
12ヶ月未満							
13ヶ月未満	合計	顧客シェア=50.9% 売上シェア=15.7%		顧客シェア=13.0% 売上シェア=11.0%			顧客シェア=31.1% 売上シェア=72.3%
14ヶ月未満							
14ヶ月以上							

※Recency (最新購入日) と Frequency (購入回数) の2つの指標を活用した分析



## トライアル後フォロー

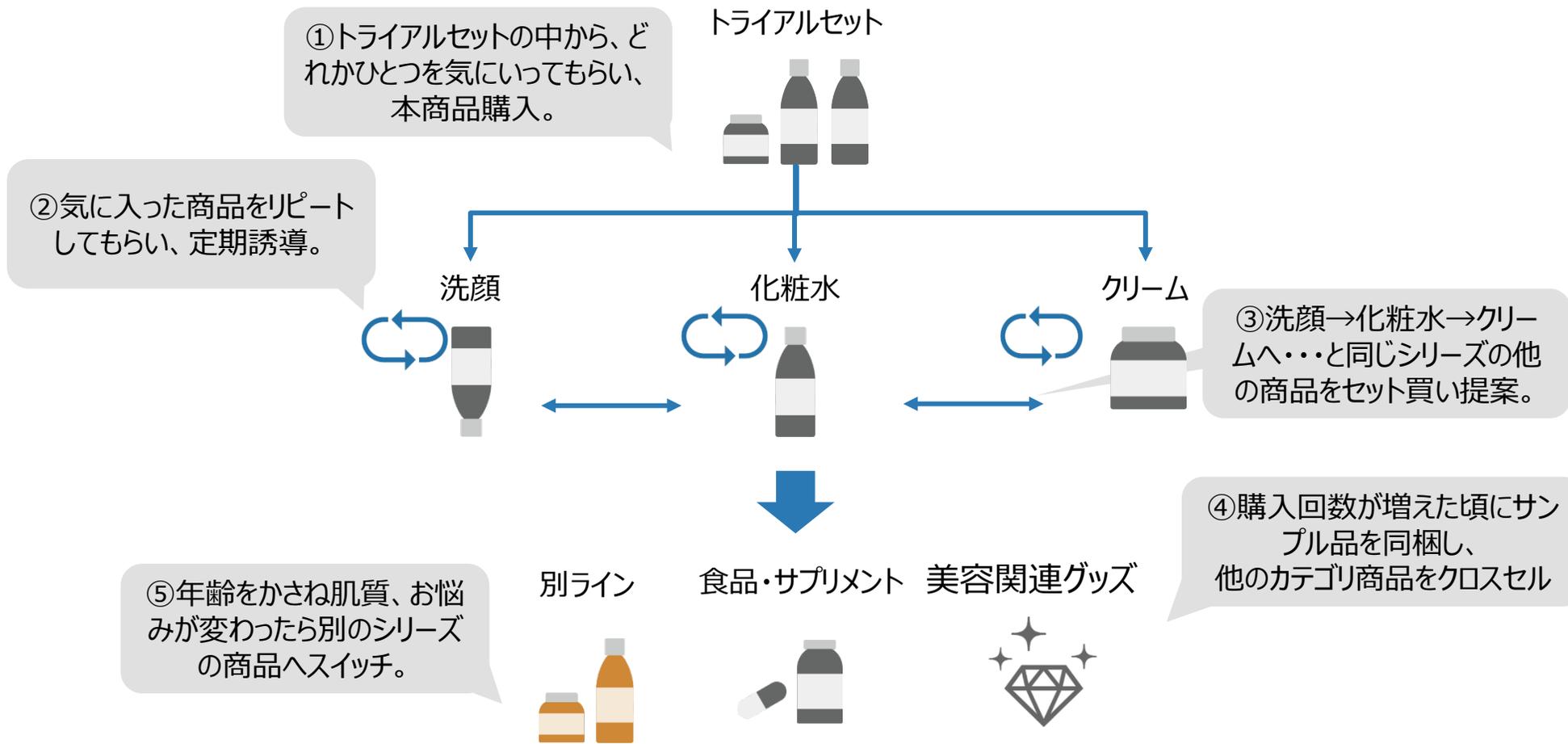
「トライアルセット」のご注文をされた見込顧客を「DM・電話・メール」など獲得チャネルごとにフォローを行い、新規顧客に繋げる。トライアル到着後の経過日数に応じて、フォロー内容を変更。トライアル後、新規購入された新規顧客は、定期誘導を目的にフォローを実施。





## 初回購入フォロー

新規購入段階でのフォローは、定期誘導を実施する。まずは、同じシリーズ内の特定商品を購入のリピートを促し、それからライン、相関性の高い他シリーズへクロスセル誘導を図り、ブランドのファン化を狙う。





## 改善効果

トライアル～2回目購入までのフォロー施策を実施、購入回数毎のリピート率改善に成功。

**+3.6**ポイント



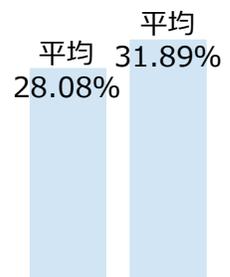
サンプル品購入客フォロー

**+4.3**ポイント



初回購入フォロー

**+3.8**ポイント



2回目購入フォロー

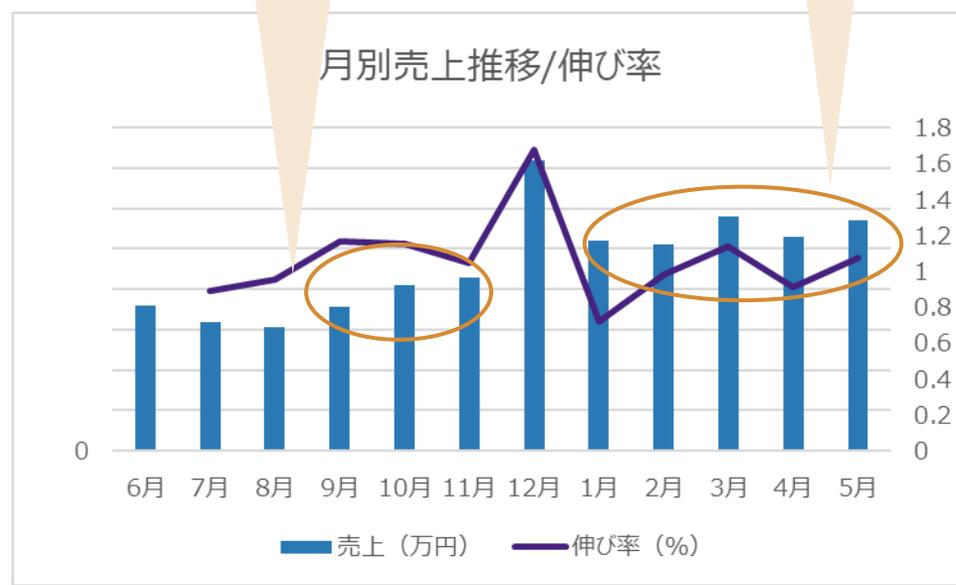
**+3.4**ポイント

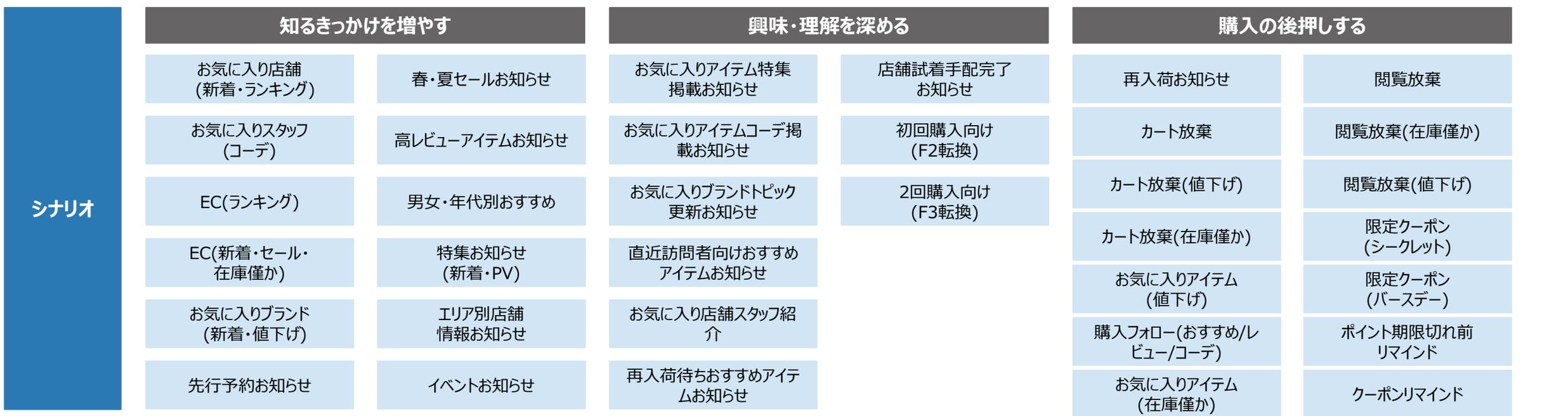


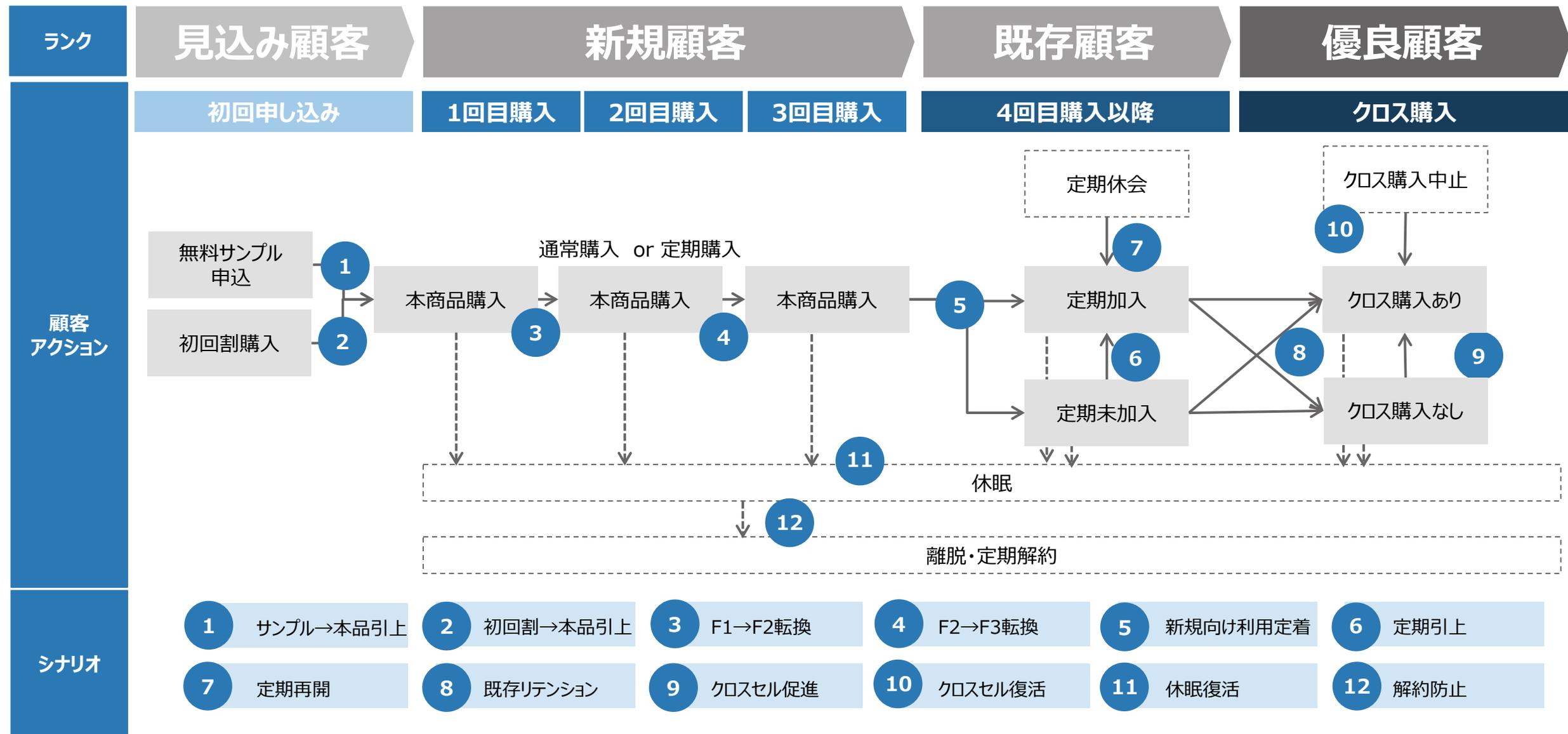
離脱防止フォロー

aimstarによるコンサルティングを実施。各種フォローアップ企画を実施、実行し始めた時期

フォローアップキャンペーンの効果が表れ、売上が順調に増加







1. データ統合から施策実施までのステップ
2. ステップ①プロジェクト開始時の各部署とのコミュニケーション
3. ステップ②データ統合における3つの壁
4. ステップ③～⑤ (データ分析～施策実施)の事例
- 5. aimstarご紹介**



# エンゲージメントデータプラットフォーム（EDP）を提供するSaaSカンパニー ～テクノロジー × プロフェッショナルで企業の潜在成長力を最大化する～

私たちが目指すのは、企業にとってのLTV（Life Time Value）の最大化です。特に今後企業にとって重要性が高まる「既存会員データの活用」において、

①テクノロジー：20年以上アップデートを続け国内トップ企業に選択され続けているEDP

②プロフェッショナル：お客様の成功に向けて伴走支援する人材

の掛け合わせにより企業における顧客とのエンゲージメント向上を実現し、グロースを強力に後押しします。

Mission

Client Growth First

Product Purpose(aimstar)

テクノロジー × プロフェッショナルで企業の潜在成長力を最大化する

会社名	スプリームシステム株式会社（Supreme System Co., Ltd.）
所在地	〒170-0013 東京都豊島区東池袋2-60-3グレイスロータリービル7F
設立日	2021年6月17日 ※旧スプリームシステム株式会社：2000年4月17日
資本金	2,887,536,868円（資本準備金等含む）
代表者	渡部 知博（代表取締役社長兼CEO） 寺田 修輔（代表取締役会長）
従業員数	59名 ※2022年10月1日時点
事業内容	下記プロダクトの開発・販売・活用支援 ・aimstar：エンゲージメントデータプラットフォーム ・moptar：動線分析ツール ・webica：Web接客ツール

- 自社開発プロダクツ -

本日



aimstar

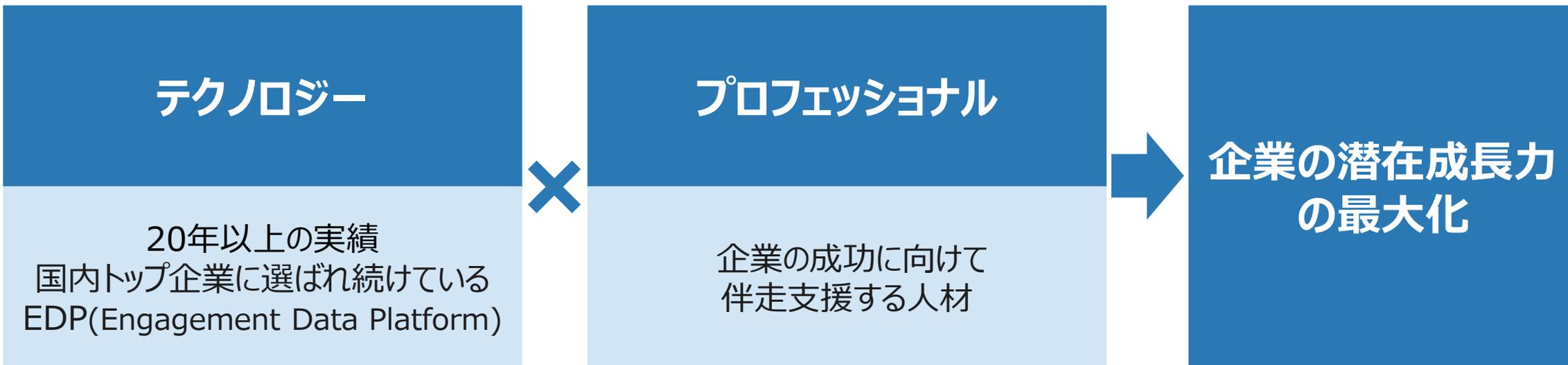
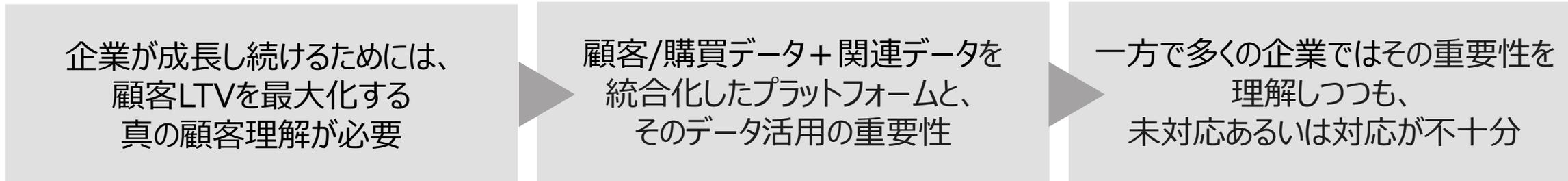
Engagement Data Platform  
(EDP)



moptar  
動線分析



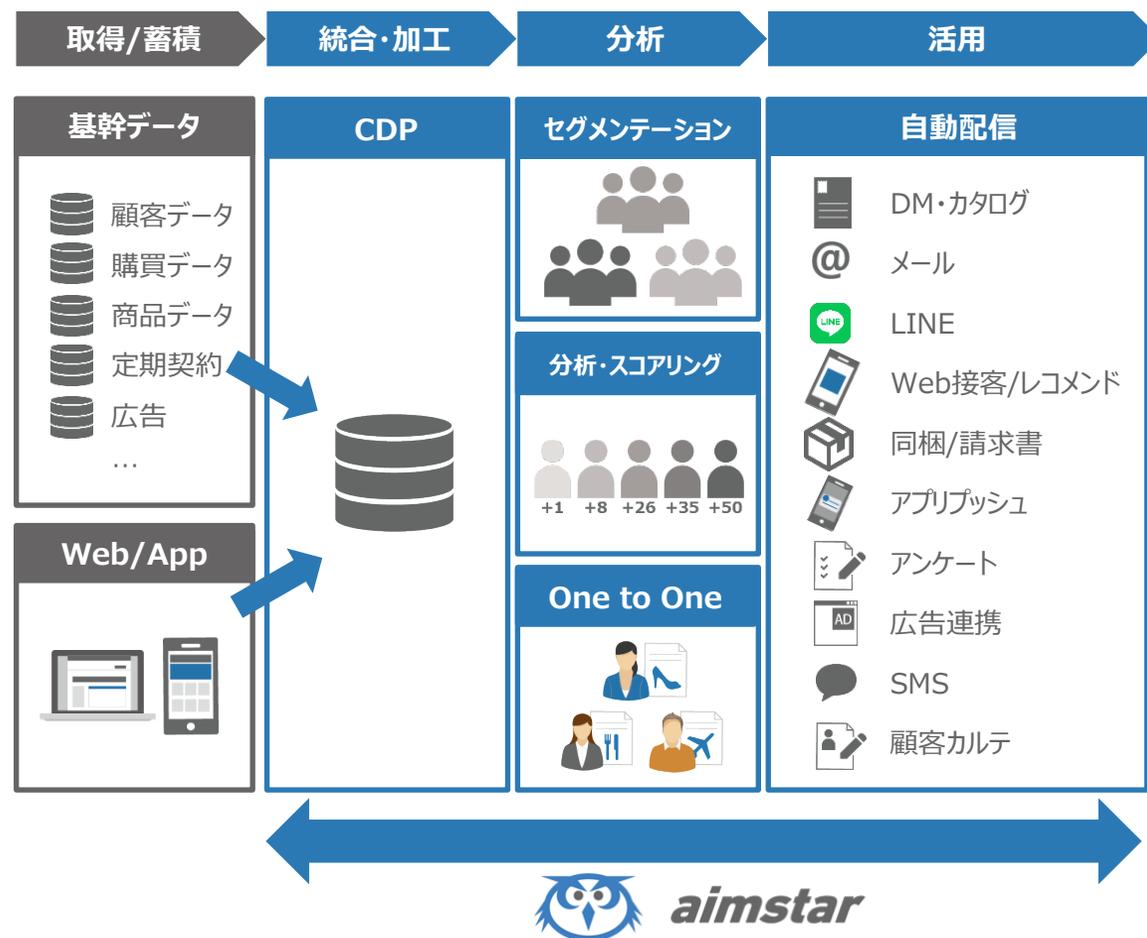
webica  
Web接客





# 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 データを活用し顧客のエンゲージメントを高め、LTV向上に繋がります

-  顧客データや購買履歴からサイト行動ログまで、多様なデータを統合しすぐに活用できる**CDP**
-  顧客を軸に、購買傾向や行動履歴から深掘りして課題を発見できる高度な**分析**
-  顧客ごとにOne to Oneで最適な顧客体験を提供できる洗練された**MA**





# 通販業界を代表する企業をはじめ、小売・カードなど BtoCの幅広い業種での導入実績と高い継続率



※直近12ヶ月の月次平均継続率

## アパレル通販

BUYMA  
集英社  
familiar

## デジタルコンテンツ

music.jp®

## TV・ラジオ通販

TBS  
GLOWDIA  
D  
ダイレクトテレショップ  
SHOP  
CHANNEL

## 小売店舗

YAMADA  
 シモジマ

## 食品

オリーブ島の自然農園  
井上誠耕園  
INOUE SEIKOEN  
inglewood  
大江ノ郷自然牧場  
OENGSATO NATURAL FARM

## カード

三菱地所  
 アプラス  
新生銀行グループ

## 健康食品・化粧品通販

自然の恵みをお届けします。  
 世田谷自然食品  
ともに美しく生きていく。  
VENTUNO

## 他

NTT  
東日本  
 NTTDXパートナー

など



# 豊富な分析テンプレートを利用した顧客の行動分析や業種別、目的別の鉄板シナリオが搭載されておりテンプレートをコピーして条件変更するだけでシナリオ作成が可能

## point 1

### 100種類以上の分析テンプレート

RFM分析	LTV分析	CPM分析
時系列推移	ゴールテンプレート分析	アトリビューション分析
媒体分析	入口商品分析	初回属性分析
アクセスログ分析	ファネル分析	回遊分析
定期引上げ分析	定期継続分析	定期解約分析
クロス分析	シナリオ成果分析	クリック分析
商品分析	併売分析	商品リピート分析

...

## point 2

### 売上アップにつながるシナリオテンプレート

#### お試し購入からのフォローアップ・引上げシナリオ

- ・トライアルセットを購入者に対して、商品が届いた頃には利用を促すためのメッセージ、商品がなくなる頃にはリピート促進・定期引上げのオファーなど、タイミングごとに適切なフォローを実施。



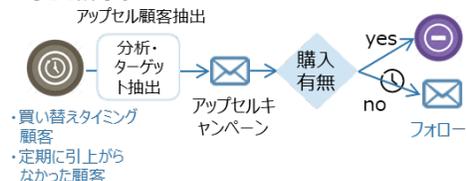
#### 単品購入者のフォローアップ・定着化シナリオ

- ・単品商品購入者をまず定期コースへ誘導。その後、定期未加入のお客様に対してリピート促進をはかる。



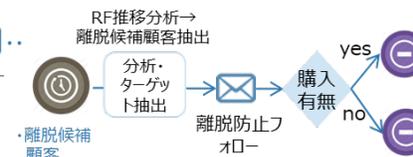
#### アップセルシナリオ

- ・買い替えタイミングの顧客、初回で定期に引き上がらなかった顧客などにアップセル施策を実施。
- ・「買い替え商品」、「上位商品」、「定期商品」などを訴求。



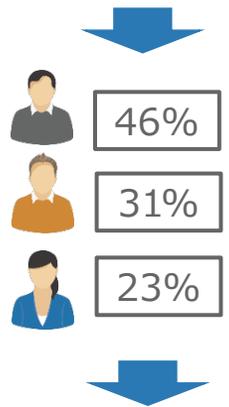
#### 離脱防止シナリオ

- ・本商品購入回数ごとに離脱タイミングを求めて、離脱率が急激に落ちる前にフォロー。
- ・定期顧客に対しても解約が多いタイミングでインセンティブプレゼント。



# スコアリング、パラメータの最適化機能により、 自動で学習を繰り返しCVRが格段に向上

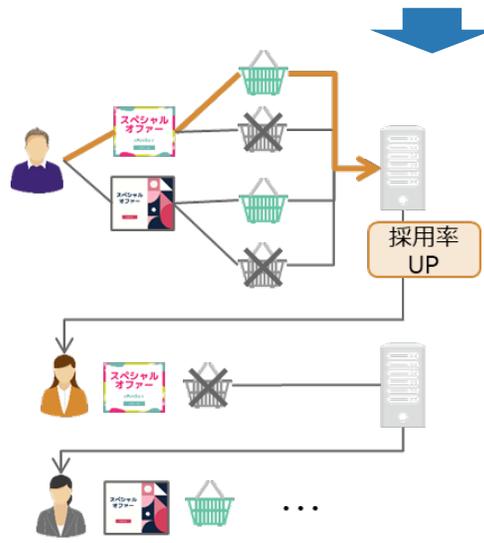
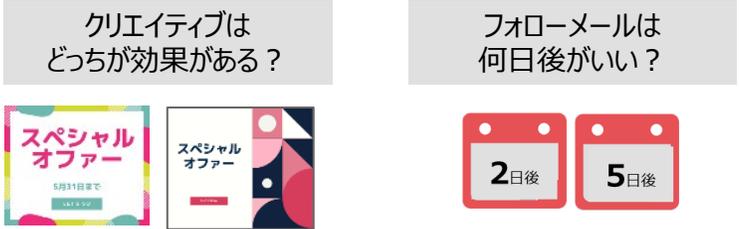
## 顧客スコアリング



細かな条件設定は不要。モデルを選んで予定件数を入力するだけでCVRの高い顧客にアプローチ可能

■ 定期解約しそうなスコアの高い順に[ ]人を抽出

## パラメータ最適化



コンテンツ、パラメータの範囲を指定するだけで、システムが自動で検証し、最適なパラメータが見つかる。



Win!!



# 拡張性

扱うデータ量が増えても  
快適なパフォーマンスを維持

# 機能性

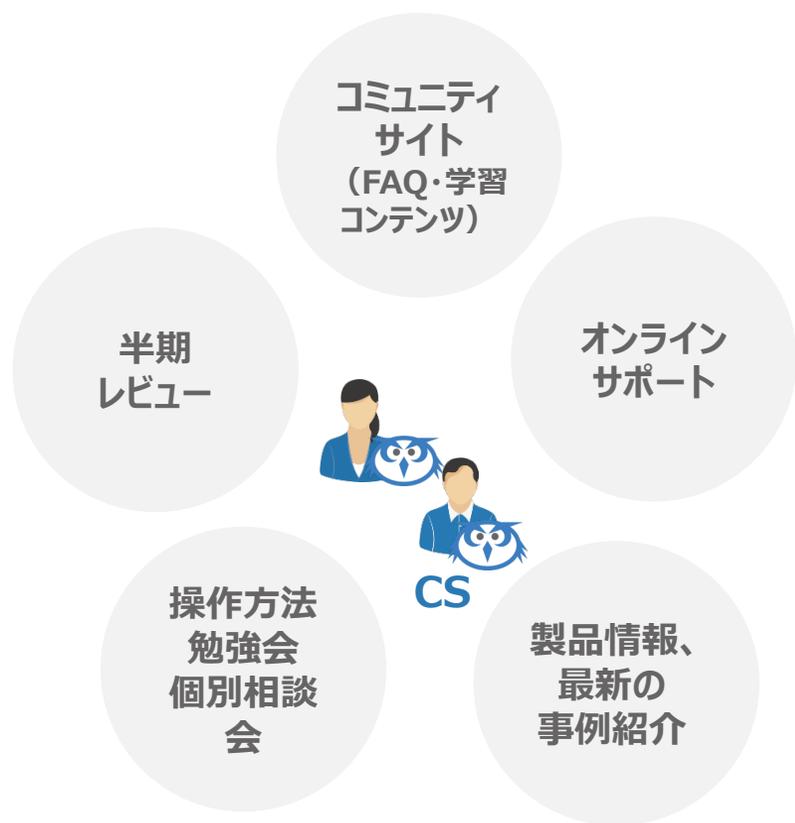
CDP・分析・MA  
がシームレスに連携

# 柔軟性

想定シナリオ実現性と  
設定方法の容易さ

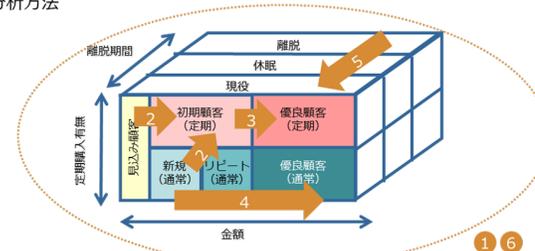


# 手厚い伴走支援で、貴社のGOALを実現！



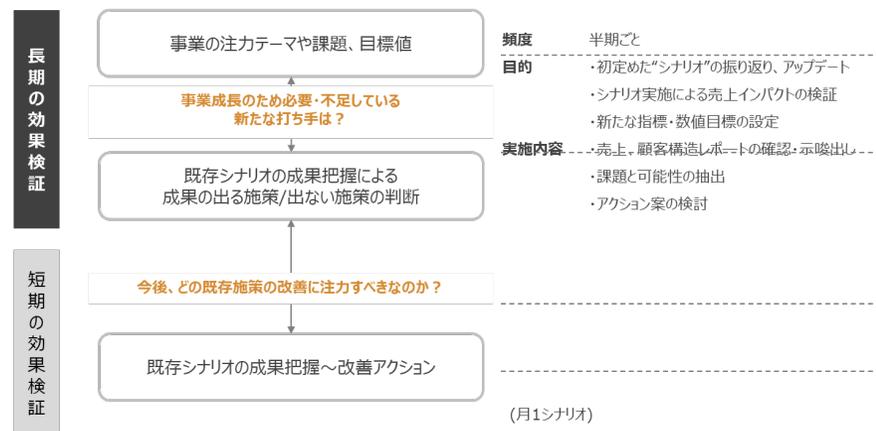
## 全体把握→セグメントごとの深掘り分析を行いながら 課題の発見&施策立案

■単品通販での分析方法



高速PDCAで最短距離で売上アップを実現

・月1回、下記のテーマに基づき定例を実施します。





# 顧客データ利活用にお困りの方はぜひご相談ください

## 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](mailto: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

<https://aimstar.net/>

当社ホームページからも資料請求・お問い合わせができます。  
資料の郵送も承ります。



***Thank you for your attention.***

**www.supreme-system.com sp-event@supreme-system.com  
T:03-5956-3426 F:03-5956-3427**



***supreme***

