

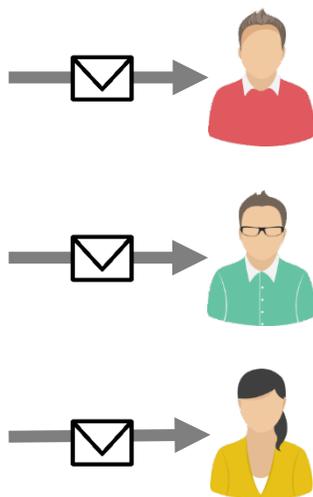
今日から実践できる！
売上Upにつなげる既存顧客施策7選を大公開

スプリームシステム株式会社



広告規制による新規獲得CPAの上昇や競争の激化により、
メールやLINE、アプリを用いた既存顧客育成に注力されている企業が増えております。
例えば、メールマーケティングは安価で簡単に始めやすいマーケティング手法ではありますが、
ターゲットやオファー内容などを考えずに実施すると、購読解除や離脱を招いてしまう場合があります。

同じ内容のメールを同じ
タイミングでユーザーへ斉配信



ターゲットとコンテンツがマ
ッチしていない



**購読解除
離脱・休眠化**



シナリオは顧客へのコミュニケーションを自動化する便利な機能ですが、最初に人の手で設定をする必要があります。シナリオ設定では4つの要素を網羅する事が大切ですが、最初から効果の出るシナリオを考えるのは難しいです。**そこで約20年間MAツールを提供してきたノウハウをもとに、通販・ECで効果が出るシナリオのテンプレートをご紹介します。**

Target



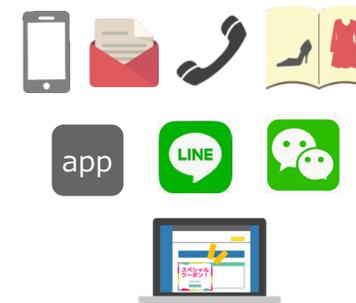
Offer



Timing



Channel





シナリオには、大きく3つのメリットがあります。
きちんとシナリオを使いこなすことで、**効率化と売上げアップの両方を実現可能です。**

CVRの改善	見込み顧客の属性やステージに合わせて、購入などのアクションに至るまでの行動を想定し、 One to Oneコミュニケーションを実施することで、通常の施策に比べてCVR改善が見込めます。 また、きめ細やかなコミュニケーションにより エンゲージメント向上 にも繋がります。
業務の効率化	これまで人の手で行っていた設定や作業をシナリオで自動化することで、 業務効率化・生産性向上 が可能です。
機会損失の削減	一度人の手で設定を行った後は、自動でMAツールがシナリオに沿って配信するため、 メールの送付などの漏れが無くなります。



シナリオ	お気に入りアイテム通知シナリオ
目的	お気に入り登録アイテムがある方に、カテゴリランキングや再入荷情報を届ける

〇〇様におすすめの商品

おすすめカテゴリランキング

写真
1 ¥3,990

写真
2 ¥2,580

写真
3 ¥1,850

再入荷アイテム

写真
¥3,990

写真
¥2,580

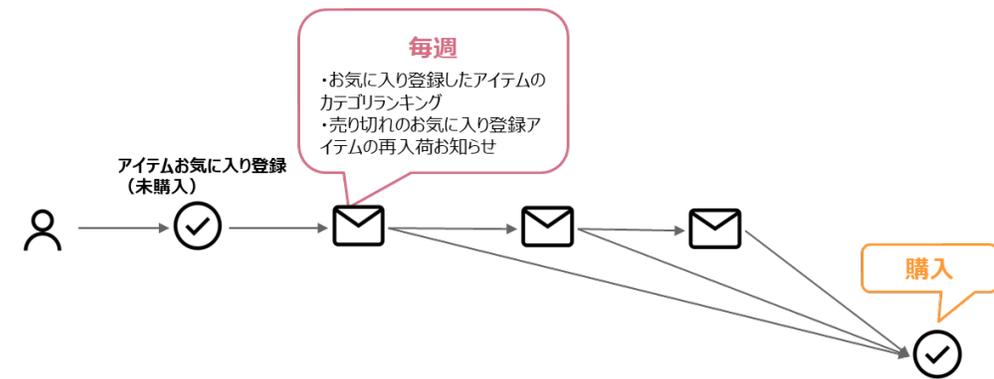
写真
¥1,850

お客様ごとに
お気に入り登録数の多い
カテゴリのランキングを表示

スカートをお気に入り
した方にはスカートの
売上順ランキング

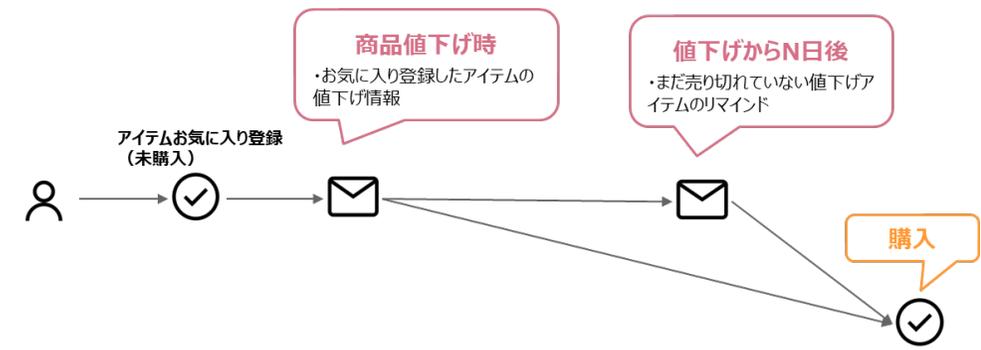
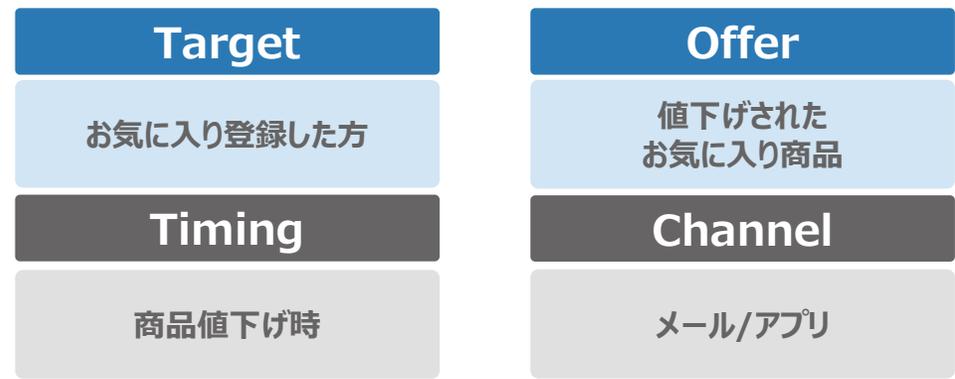
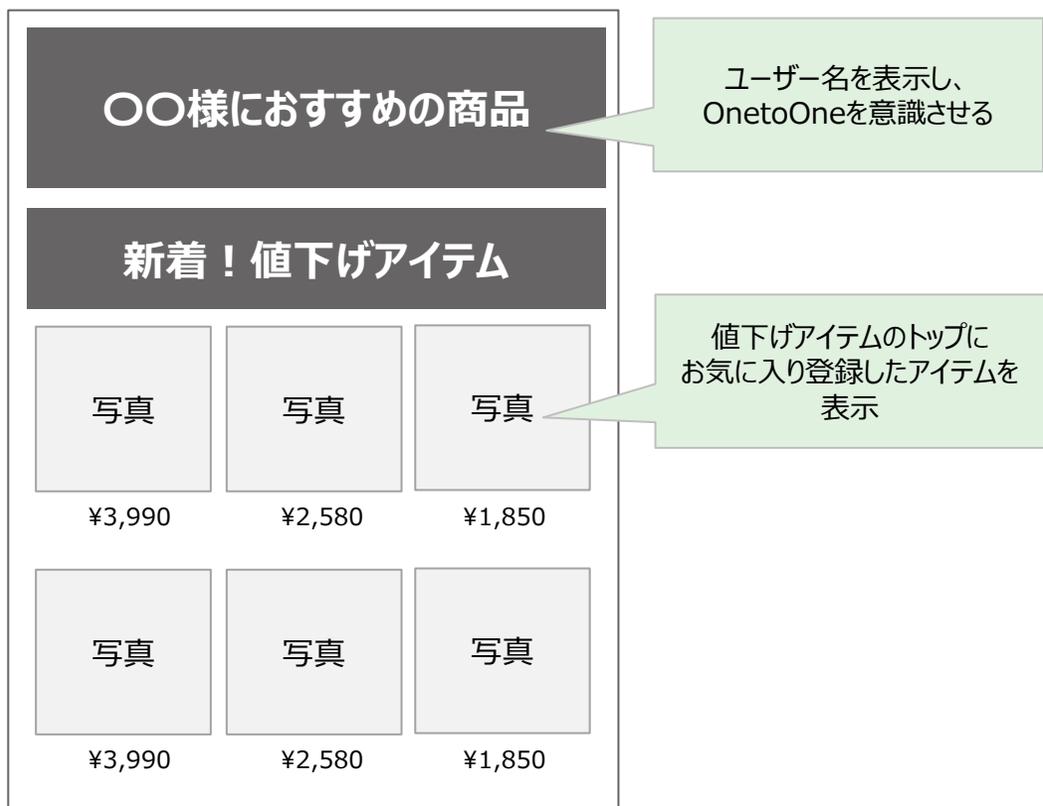
お客様ごとに
購入した商品のクロスセル
レコメド（再入荷商品）

Target	Offer
購入経験のある顧客	<ul style="list-style-type: none"> ・興味ありカテゴリランキング ・興味あり再入荷
Timing	Channel
毎週	メール/アプリ



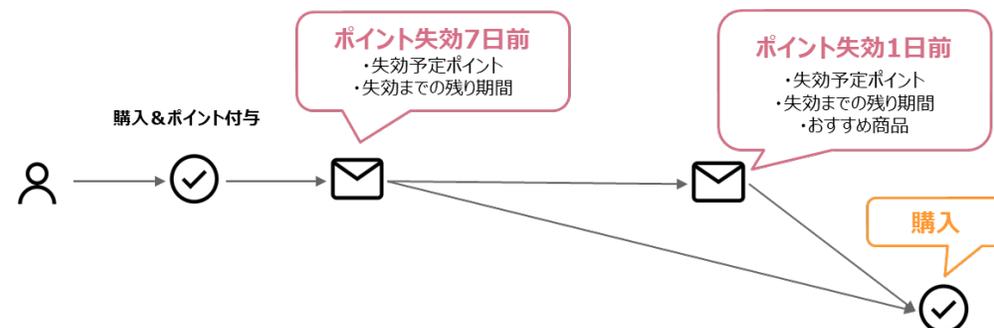
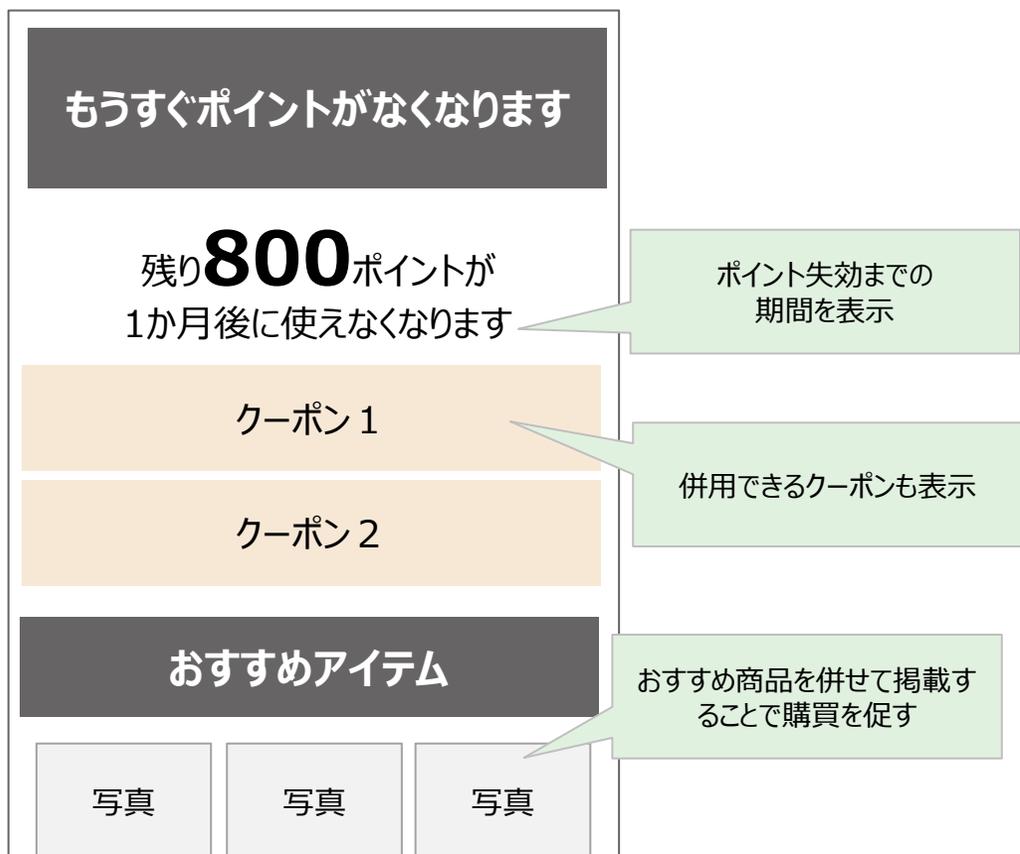


シナリオ	お気に入り商品値下げ通知シナリオ
目的	お気に入り商品が値下げしたタイミングで購買を促す



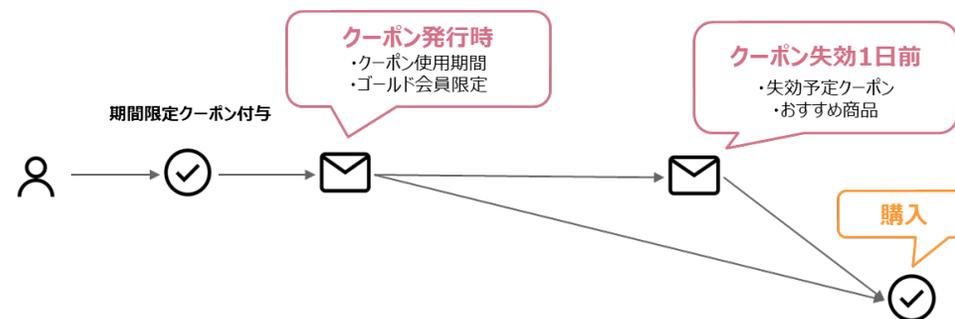
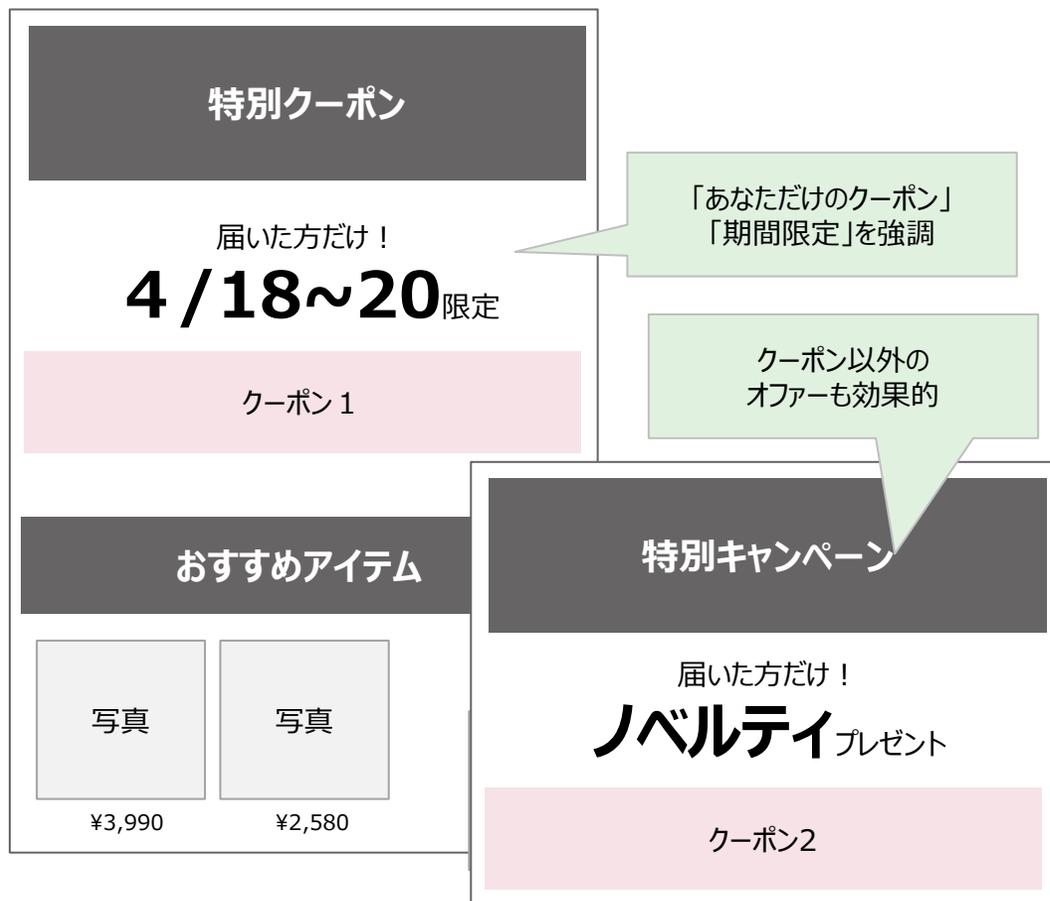


シナリオ	ポイント失効前通知シナリオ
目的	保有しているポイントが失効となる方にリマインドを行い購買を促す





シナリオ	期間限定クーポン通知シナリオ
目的	優良会員向けにシークレットクーポンを発行し、お知らせする



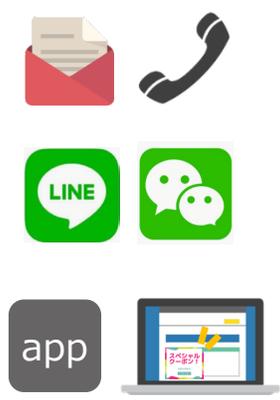


シナリオ	チャンネル数UPシナリオ
目的	次回から使えるクーポンやポイントを提供し、チャンネル数を増やすことができる。

キャンペーン中

LINE お友達登録で 100ポイント

おすすめアイテム



Target	Offer
LINE未登録の方	特別ポイント
Timing	Channel
購入後	メール/ WEB接客/ アプリ

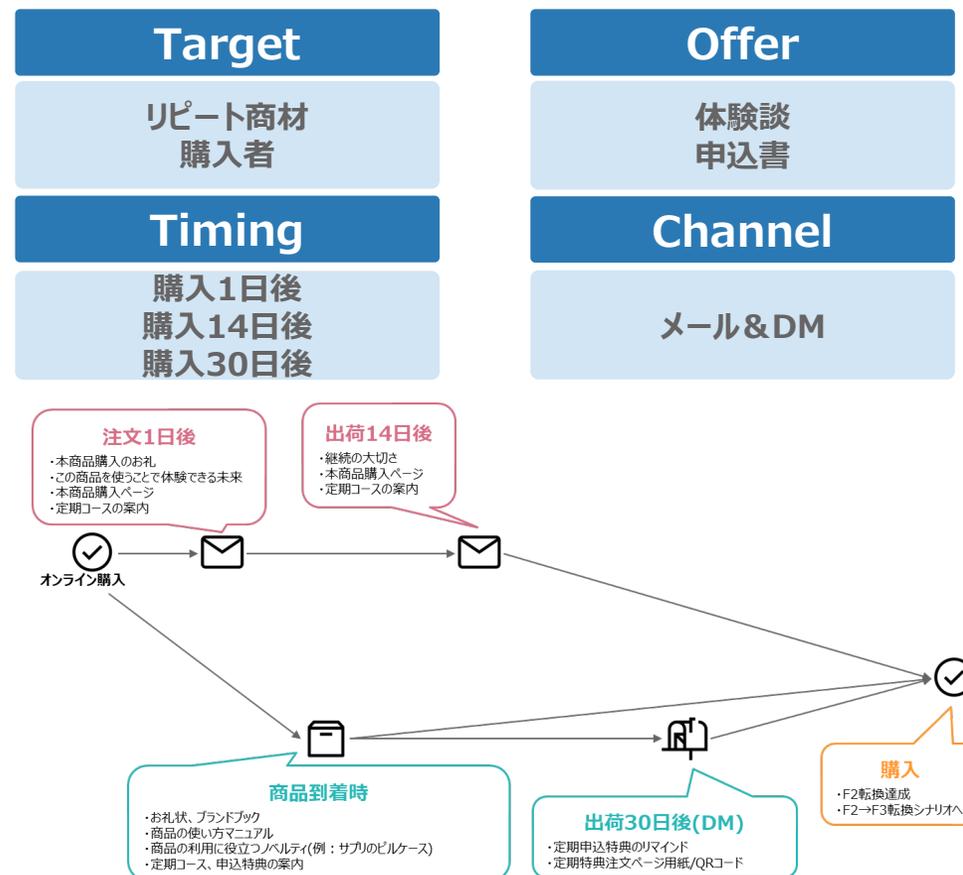
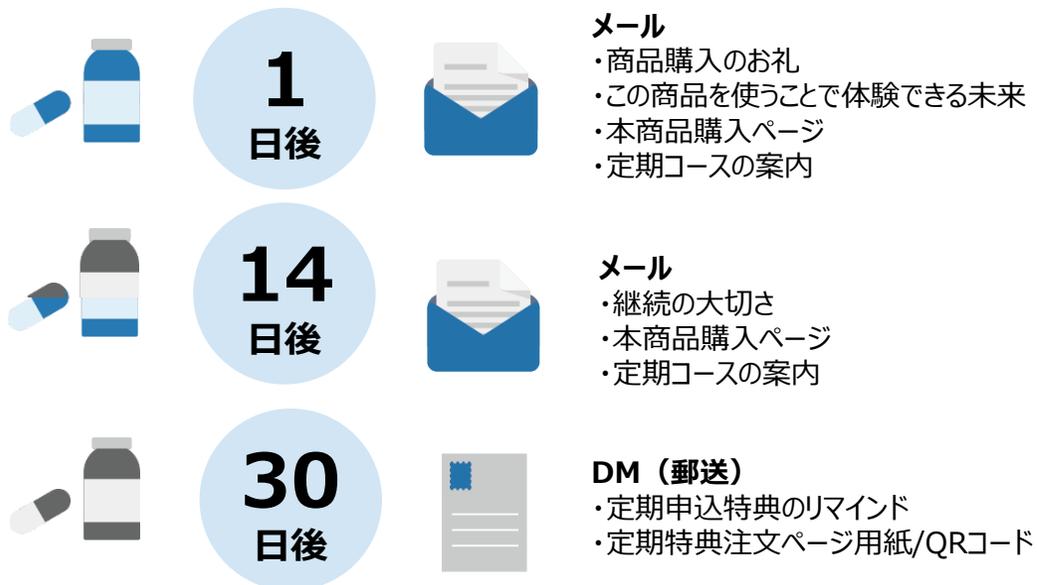


チャンネルを増やすと、
一貫した施策ができるほか、
パーミッションを増やすのに効果的!



シナリオ	F2転換シナリオ（リピート商材向け）
目的	2回目購入(F2転換)を促すため、それに伴う懸念、不安を払拭する。 また、今後長く使い続けてもらうにあたって、関係性を強めるコミュニケーションを行う。

想定消費日数に応じてフォロー 例) 30日間で消費する健康食品

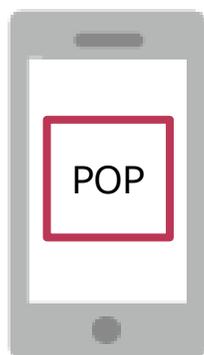




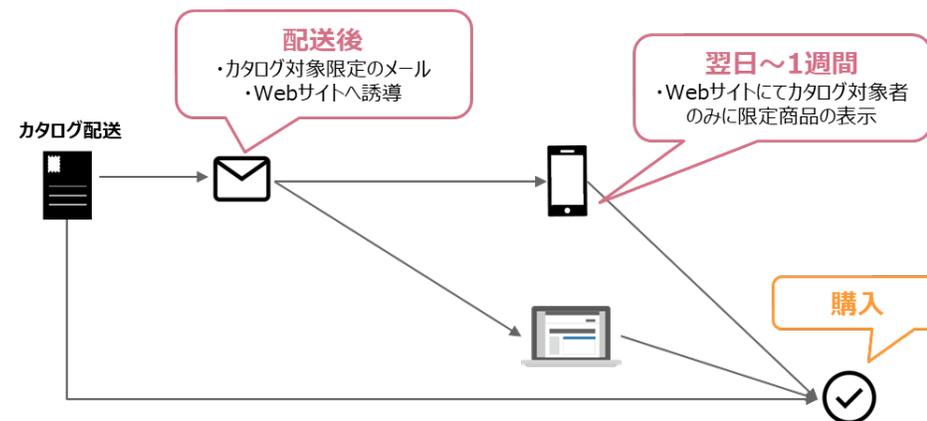
シナリオ	カタログとWeb接客連動のマルチチャネルシナリオ
目的	カタログ限定の商品をWeb上にも掲載し購買を促す



カタログ送付後
翌日~1週間



Target	Offer
カタログ対象者	カタログ掲載商品
Timing	Channel
カタログ配送後	カタログ & Web接客



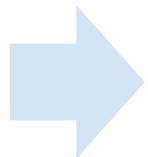


チャンネルが
増えた！



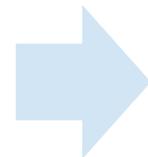
- LINE、アプリ、Web接客などが増えてきたけど連携できない
- メールマーケティングが好調なので、カタログ部門でも使いたいけど、データがない&メールしか送れない

DBに
新規項目！



- 顧客マスタに新しい項目追加されたけど、MAのDBにないから使えない・・・

その切り口は
想定外！



- 「顧客ごとに初回購入後3か月間のAカテゴリ商品の購入回数を、入会チャンネルごとに見て施策検討したい」ような場合、あらかじめマートを作っていないと見れない・・・
- マート作るのに時間も費用もかかる。ちょっと見ただけなのに・・・

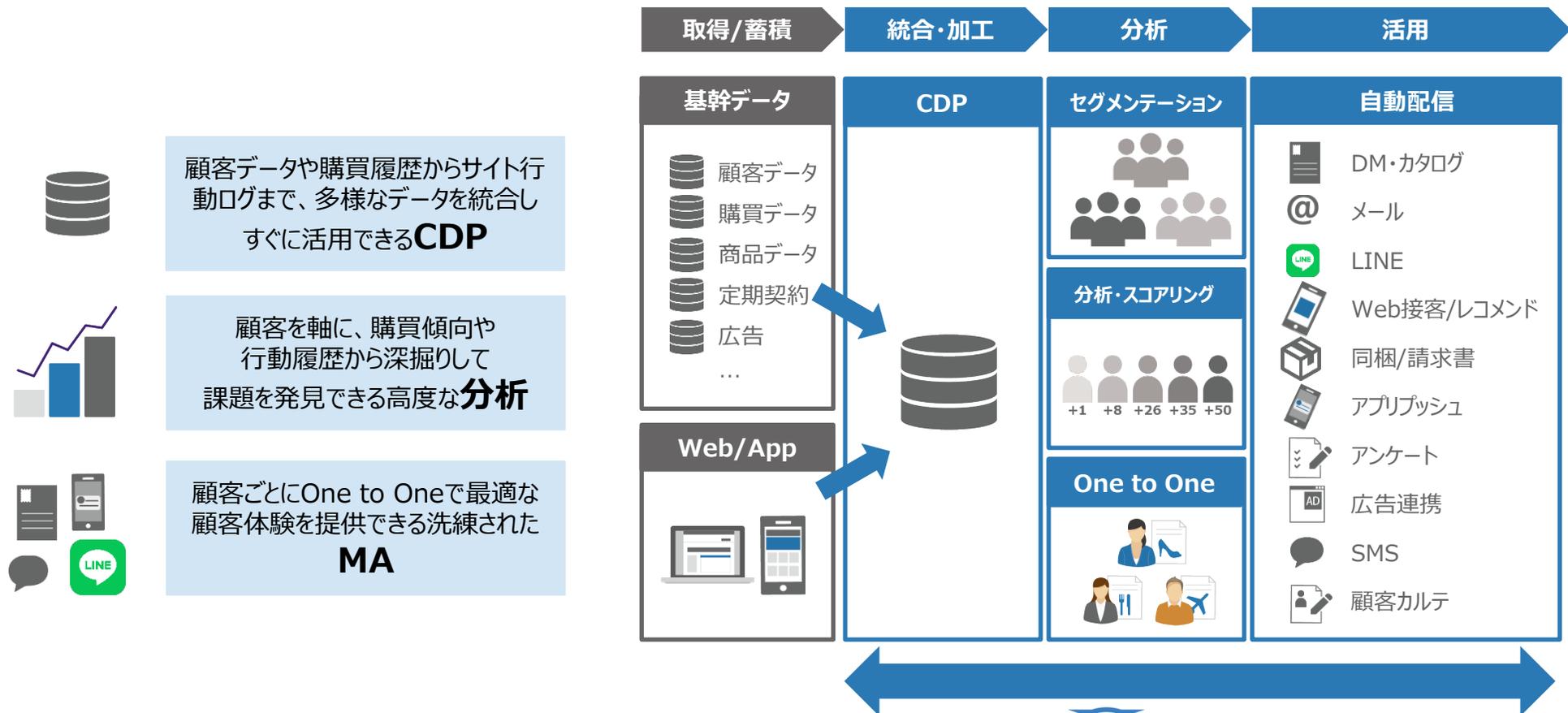


導入後スムーズにシナリオ実施・改善ができる マーケティングオートメーションは

オムニチャネル
対応

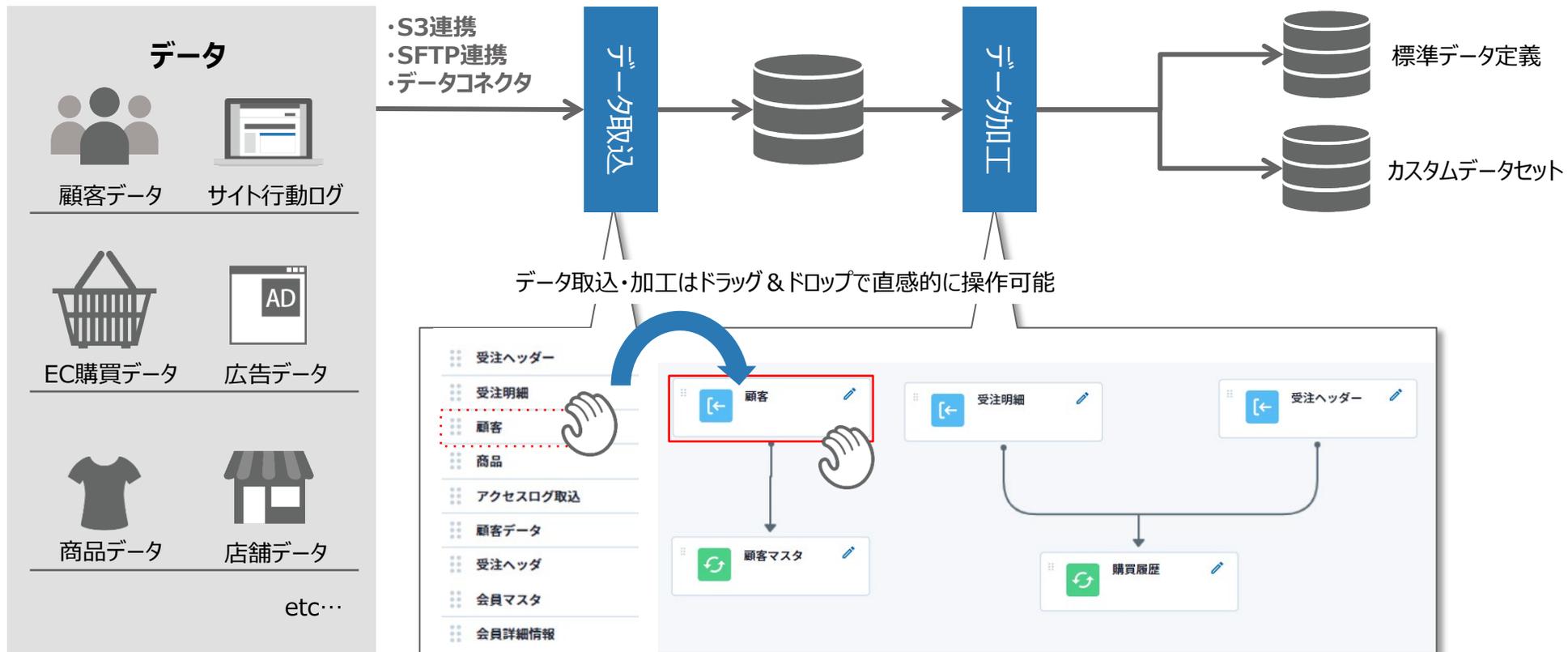
汎用性・拡張性
が高い

aimstarは、顧客のエンゲージメントを高めるための CDP・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



システム部に依頼することなく、 ユーザ自身が思い描く顧客軸でのデータ統合を簡易に実現

- point 1** 独自のデータレイアウトのままデータの取込みができる
- point 2** BigQueryやRedshiftと直接接続できるコネクタを搭載
- point 3** GUIによる直感的な操作でデータ取込・加工・画面表示設定





豊富な分析テンプレートを利用することで簡単に深くまで顧客の行動分析が可能に

100種類以上の分析テンプレート

顧客購入行動の把握	全体把握	サイトアクセス行動を把握	媒体効率を把握	
<ul style="list-style-type: none"> 顧客別売上分析 RFM分析 購入転換率・タイミング分析 顧客ポートフォリオ分析 顧客ポートフォリオ推移分析 RFMセグメント推移分析 初回購入月別レポート分析 RFMレポート率分析 	<ul style="list-style-type: none"> N回目購入属性別分析 初回購入属性別レポート分析 購入/サイトアクセスRF分析 顧客別定期契約リスト 顧客別初期/直近売上分析 顧客別レポート間隔分析 顧客別メイン購入商品分析 顧客別メイン購入属性分析 顧客別N回目購入商品リスト 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客リスト 売上推移 購入属性別売上分析 SQLでの集計 クロス集計 商品別売上推移 購入属性別売上推移 新規/既存別売上推移 	<ul style="list-style-type: none"> ページアクセス分析 セッション分析 顧客別ページアクセス分析 ページアクセス頻度分析 Nページ目Web閲覧分析 ページ回遊分析 	<ul style="list-style-type: none"> 獲得媒体分析(オフライン) 獲得媒体分析(オンライン) etc...

買い物回数別の購買者数や購買金額などを分析

「クロス集計」をかけ合わせることで顧客属性を特定

分析結果

顧客転換率

条件・対象期間：取引記録の初回集計日[2016/06/01]～取引記録の最終集計日[2017/10/31]使用日付：受注

1-10件 / 全32件

N回目	購買者数	購買金額	購買金額/購買者数
0	87,705	0	0
1	78,846	208,082,555	2,639
2	25,564	174,752,900	6,836
3	17,573	122,084,105	6,947

さらに、2回目購入した顧客の属性を見たい時は...



分析のかけ合わせ

顧客 25564 商品 260

クロス集計

1つまたは複数の縦軸、横軸を指定してクロス表を作成します。軸や視点をえて顧客の購買行動を把握します。
※(*)の付いた項目は仮想顧客モードでは軸に指定することができません。

条件：縦軸項目[年代(*)]、横軸項目[性別(*)]、集計値[対象顧客数]、集計条件： [条件変更](#) [ダウンロード](#) [データセット保存](#)

該当顧客 該当 除外する

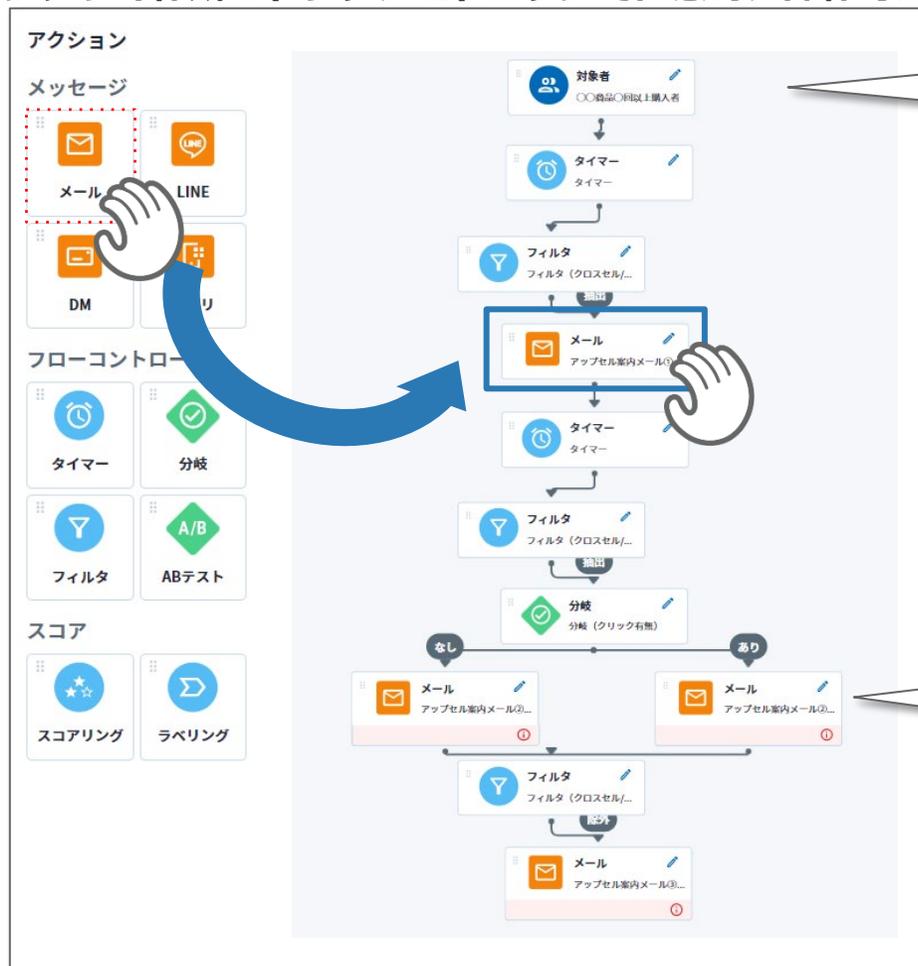
1-3行 1-10列 / 全3行 10列

条件選択	年代									
	10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	不明
顧客数	0	0	36	549	1003	1983	2601	1798	1884	0
性別 男性	0	0	47	858	1431	3029	4814	3126	2386	0
性別 女性	0	0	47	858	1431	3029	4814	3126	2386	0



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

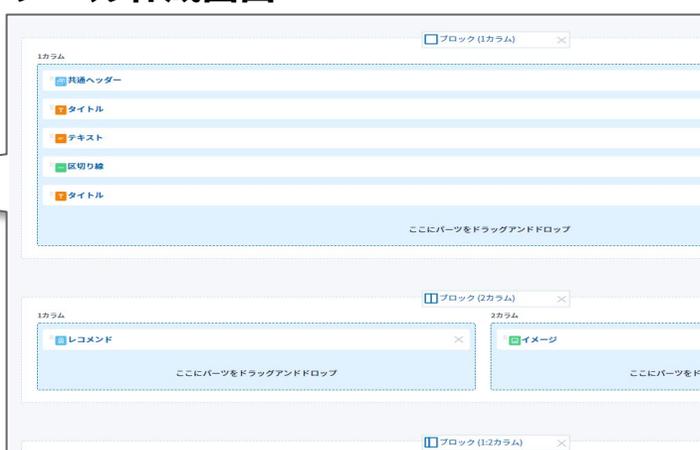
シナリオ作成はドラッグ&ドロップで直感的に操作可能



対象者設定画面

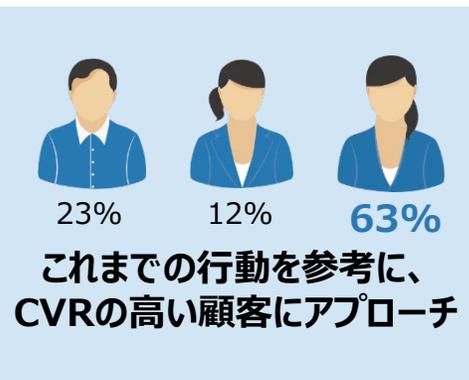


メール作成画面





「Target・Offer・Timing・Channel」を最適化し、 One to Oneメッセージを可能に



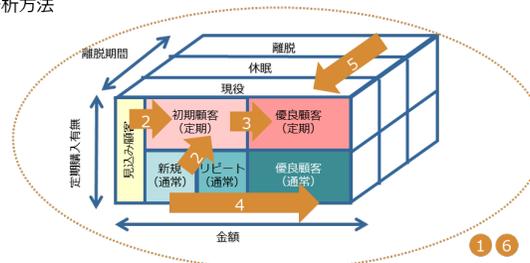


手厚い伴走支援で、貴社のGOALを実現！



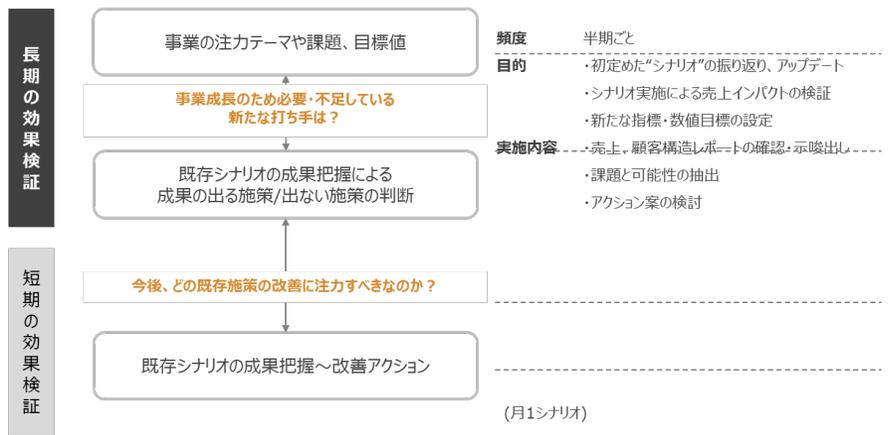
全体把握→セグメントごとの深掘り分析を行いながら 課題の発見&施策立案

■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

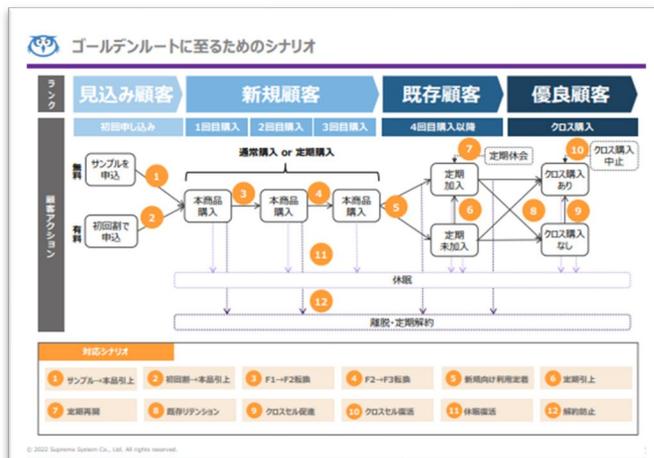
・月1回、下記のテーマに基づき定例を実施します。





業種別のシナリオテンプレートをご用意しております。 ご希望の方はぜひアンケートへの回答をお願いいたします。

単品通販シナリオ (イメージ)

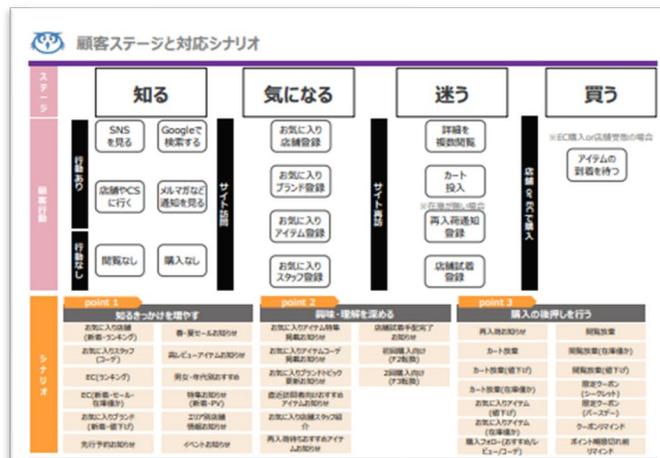


シナリオ12選

1 サンプル→本品引上シナリオ

目的	無料サンプルを申込みした見込み顧客に対し、本商品の初回購入 (F1転換) を促す ※本品購入前の不安をいかに解消できるかがカギ(効果、安全性、継続費用など)
ターゲット	サンプルを申込み済で、本商品を購入していない会員
オファー内容	サンプル申込みに対する挨拶・お礼・初回購入限定でお得な割引 (無料に惹かれて申込みした方が多く、限定の割引・送料無料が効果的)
タイミング	サンプル申込～出荷～サンプルが切れるまで ※切れる直前が引上のチャンス ※7日分、14日分など少量でのサンプル配布が基本のため短期勝負
KPI	本商品引上率

アパレルシナリオ (イメージ)



「知るきっかけを増やす」シナリオ

お気に入り店舗 (新着・ランキング)

目的	・お気に入り店舗登録がある方に、新着・ランキングなど最新情報をお知らせする
ターゲット	・対象店舗のパーミッションがある方
オファー内容	・新着アイテム ※1週間以内に販売開始 ・ランキング上位アイテム ※1週間以内の金額順or個数順
タイミング	・週次
主な利用データ	・お気に入り店舗マスタ ・購入履歴 ・在庫マスタ
KPI	・CVR ・メルマガ基本指標(配信成功率・開封率・クリック率)
TIPS	・ランキングは在庫数・販売単価に合わせて、金額or個数どちらで作るか調整する ・配信シナリオが少ない場合、新着とランキングは別に分けて配信でも良い

資料請求・お問い合わせはこちらから！

<https://aimstar.net/>



Thank you for your attention.

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



supreme

