

食品業界における LTV向上を実現する 既存顧客施策の作り方と施策例

スプリームシステム株式会社



食品ECにおけるシナリオ作成の考え方

1

目指したい世界観を決める

目指したいお客様との関係性や、理想のコミュニケーション像を最初に考えます。シナリオから考えると販売促進の要素が強くなってしまうため、最初に理想の世界観から考えることで、お客様と深い関係性を気づきLTV最大化できるようになります。



2

ペルソナ毎のコミュニケーションを考える

自社のペルソナがどのようにしたら自社のファンになってもらえるか、継続的に購入いただけるかを考え、それぞれのペルソナ毎に伝えるべき内容を考えます。



3

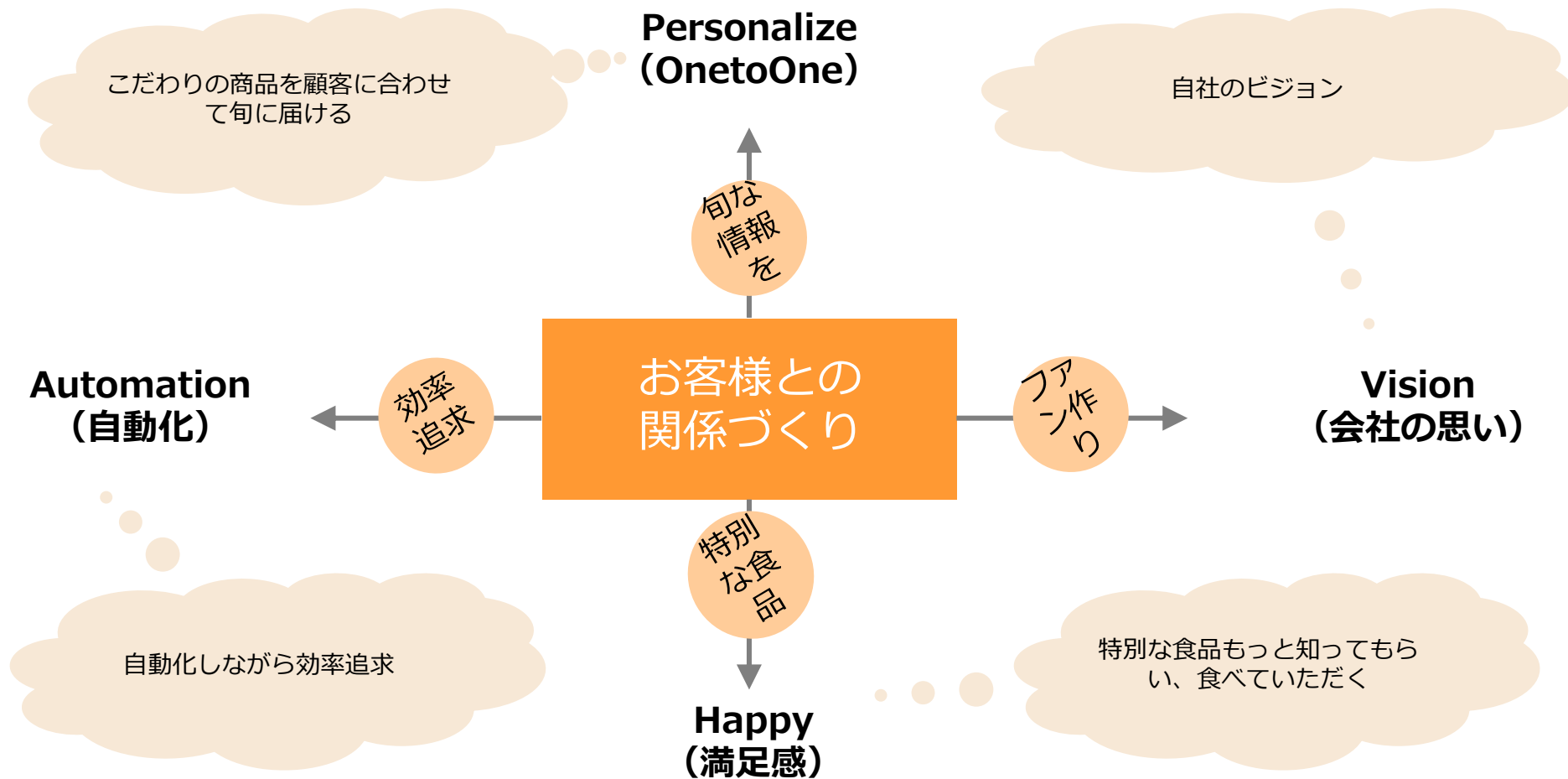
②と鉄板シナリオを組み合わせる

②と食品業界における鉄板シナリオを組み合わせることで、目指したい世界観を実現します。



例① 「目指したい世界観を決める」

世界観例 「4つの観点で顧客とのコミュニケーションを考えることで、LTVを最大化するお客様との関係を作るコミュニケーションを目指します。」



例② 「ペルソナ毎のコミュニケーションを考える」

顧客のペルソナ（購入目的）ごとにシナリオを立案します。

〇〇の食材は
絶対に買う
（こだわり、大好き）



新しい/話題の商品に
目がない



自分へのごほうびを
探している



友人・知人に
プレゼントしたい



関連する商品が
入荷され次第
すぐにご案内

これと一緒に食べる
（組み合わせる）と
最高！という食材をお
すすめ

新商品のご案内
特集のご案内

自社でしか買えない
特別な商品をご案内

ギフトセットおすすめ



最適なコミュニケーションの実現のための鉄板シナリオ例です。

シナリオ概要

① 関係構築・
維持シナリオ

② 行動トリガー
シナリオ

③ お知らせ
シナリオ

④ インセンティ
ブシナリオ

シナリオ例

- お誕生日シナリオ
- 会員登録後のステップシナリオ

- 商品購入者リピート促進
- 金額/回数に応じたクーポン
- 購入フォロー
- 休眠防止
- カート放棄リマインド
- 入荷お知らせ

- クーポンリマインド
- ポイント失効
- 会員属性の変更完了

- クーポンリマインド
- ポイント失効
- 会員属性の変更完了



②行動トリガーシナリオ

顧客のデモグラフィック、購買、Webのログデータを活用し顧客の行動をトリガーに、パーソナライズシナリオを実施します。

デモグラフィックデータ

- 性別
- 年代
- 居住地
- ランク
- ポイント

購買データ

- RFM
- 購入したことのある商品
- リpeat/メインの商品
- 購買間隔
- 購入セット数
- お気に入り登録の商品
- ポイント残高

アクセスログデータ

- アクセス頻度
- 最終アクセス時期
- よく見ている食品
- 最近見たカテゴリ



会員登録

初回購入

N回目購入

優良化

休眠化

顧客行動
起点

Welcome
シナリオ

2回目購入促進
シナリオ

ランクアップシナリオ
(単価/リピート促進)

優良顧客向け
シナリオ

休眠復活
シナリオ

商品起点

新商品案内・特集シナリオ

イベント
起点

セール・お正月・お歳暮・お中元・季節に応じた食品のシナリオ



④ インセンティブシナリオ例

顧客のデータ（デモグラフィック、購入履歴など）を元にLTVを上げるインセンティブシナリオを実施します。



プラチナランクのお客さんは？

- お気に入りの食材があって、新製品は毎回購入
- 自社ブランドとのお付き合いは20年以上
- 年間に〇回以上購入
- 定期購入あり
- ギフトセット購入あり（自分だけでなく他の人にも購入）

[対象者]
これまで〇回以上買った
ことがない顧客

[内容]
おすすめの商品を
購入いただくと
〇〇ポイント付与
(購買傾向から商品を
レコメンド)

[対象者]
定期購入を利用した
ことのない顧客

[内容]
定期購入していただくと
〇%割引

【対象者】
最近購入のない
上位ランクの顧客

【内容】
例えばフルーツをプレゼント
(これまで買ったことのない
商品)

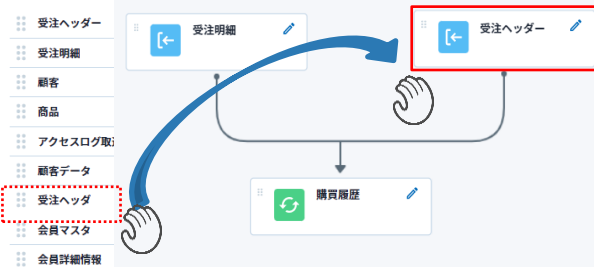


データ統合・分析・施策実行まで可能なAll in Oneソリューションです。
データを活用し顧客のエンゲージメントを高め、LTV向上を実現します。

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

豊富な食品企業の
導入実績





食品業界にて、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

