



2回目購入率が4.3%アップ！ 化粧品業界における One to Oneフォロー施策





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)

課題

リピートや離脱状況などの顧客毎の実績や、キャンペーンプロモーションの効果が把握ができず、売上拡大へのボトルネックが把握できていなかった。

実施実行

ボトルネックの把握

AIMSTARに搭載されている100種類以上のテンプレートを活用して、売上拡大にむけたボトルネックを把握。

トライアルから2回目購入を引き上げるフォロー施策

分析を通じて、トライアルから2回目購入までの転換率の改善が売上拡大へのインパクトが多いことが判明。そのため、2回目購入まで引き上げるフォロー施策を注力的に実施。



売上拡大のボトルネックの把握

分析結果

RFセグメント分析(※1)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7.2%から0.8%と大幅に低下する結果に。そのため、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を改善することで、全体の売上が拡大できる結果に。

RF分析例(※1)

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°ト率=3.8% 顧客シェア=0.4%	新規現役 リ°ト率=22.3% 顧客シェア=2.1%	新規休止 リ°ト率=7.2% 顧客シェア=0.5%	有望現役 リ°ト率=38.6%	有望休止 リ°ト率=7.6%	有望離脱 リ°ト率=1.1%	優良現役 リ°ト率=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°ト率=0.4% 顧客シェア=4.7%	新規離脱 リ°ト率=0.8% 顧客シェア=44.1%	優良休止 リ°ト率=14.4%	優良離脱 リ°ト率=2.5%	優良現役 リ°ト率=31.1% 顧客シェア=72.3%	優良現役 リ°ト率=60.7%	
6ヶ月未満							
7ヶ月未満							
8ヶ月未満							
9ヶ月未満	見込離脱 リ°ト率=0.4% 顧客シェア=4.7%	新規離脱 リ°ト率=0.8% 顧客シェア=44.1%	優良休止 リ°ト率=14.4%	優良離脱 リ°ト率=2.5%	優良現役 リ°ト率=31.1% 顧客シェア=72.3%	優良現役 リ°ト率=60.7%	
10ヶ月未満							
11ヶ月未満							
12ヶ月未満							
13ヶ月未満	見込離脱 リ°ト率=0.4% 顧客シェア=4.7%	新規離脱 リ°ト率=0.8% 顧客シェア=44.1%	優良休止 リ°ト率=14.4%	優良離脱 リ°ト率=2.5%	優良現役 リ°ト率=31.1% 顧客シェア=72.3%	優良現役 リ°ト率=60.7%	
14ヶ月未満							
14ヶ月以上							
合計							顧客シェア=5.1% 売上シェア=0%

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

※1: Recency (リーセンシー、最新購入日) と Frequency (フリークエンシー、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。(次ページにて解説)

「ご使用感いかがですか？」など、不安点をフォロー。

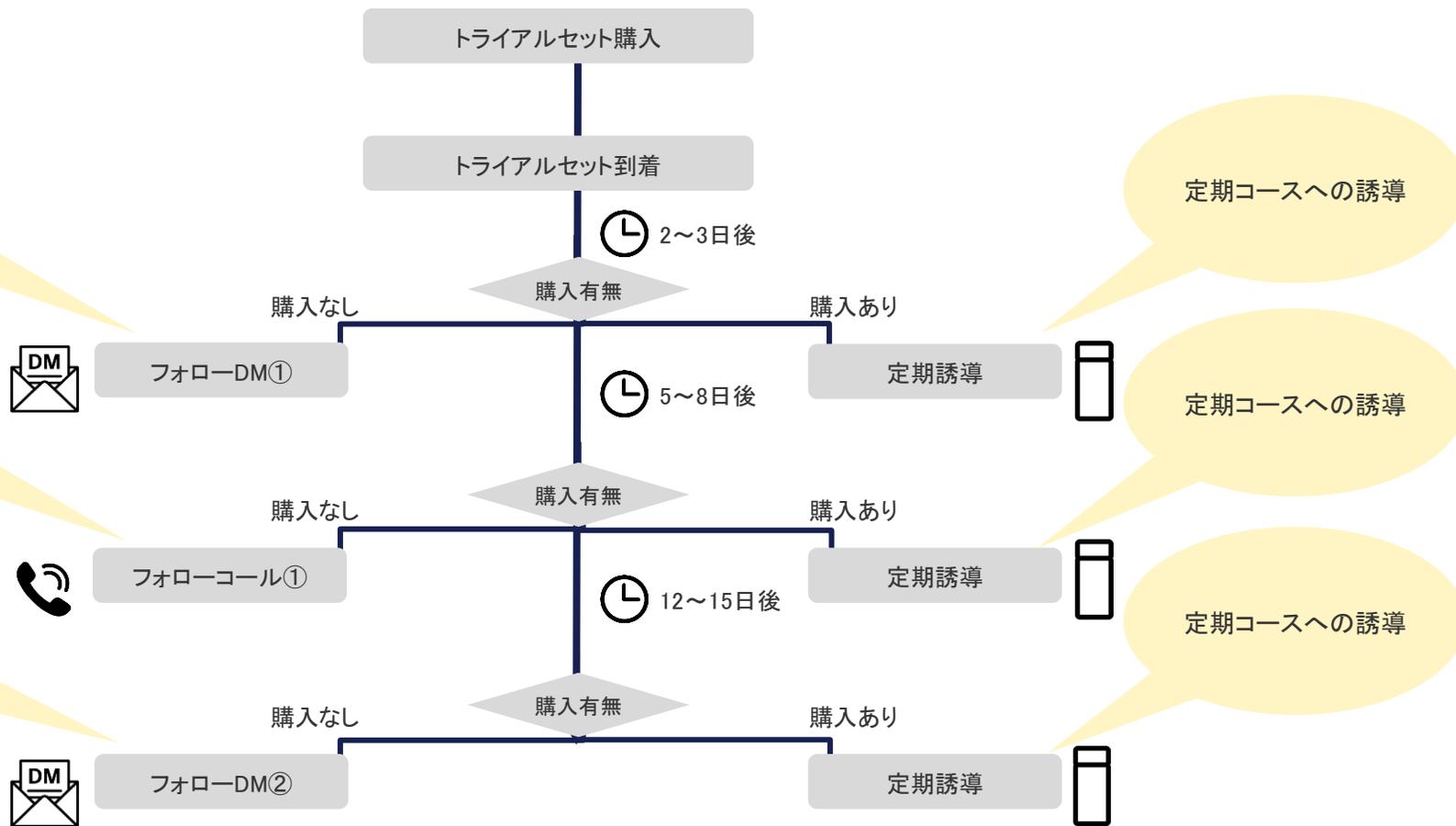
DM
トライアルセット御礼。
製品の特徴を説明。

電話
通常商品の案内。

定期コースへの誘導

定期コースへの誘導

定期コースへの誘導



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。

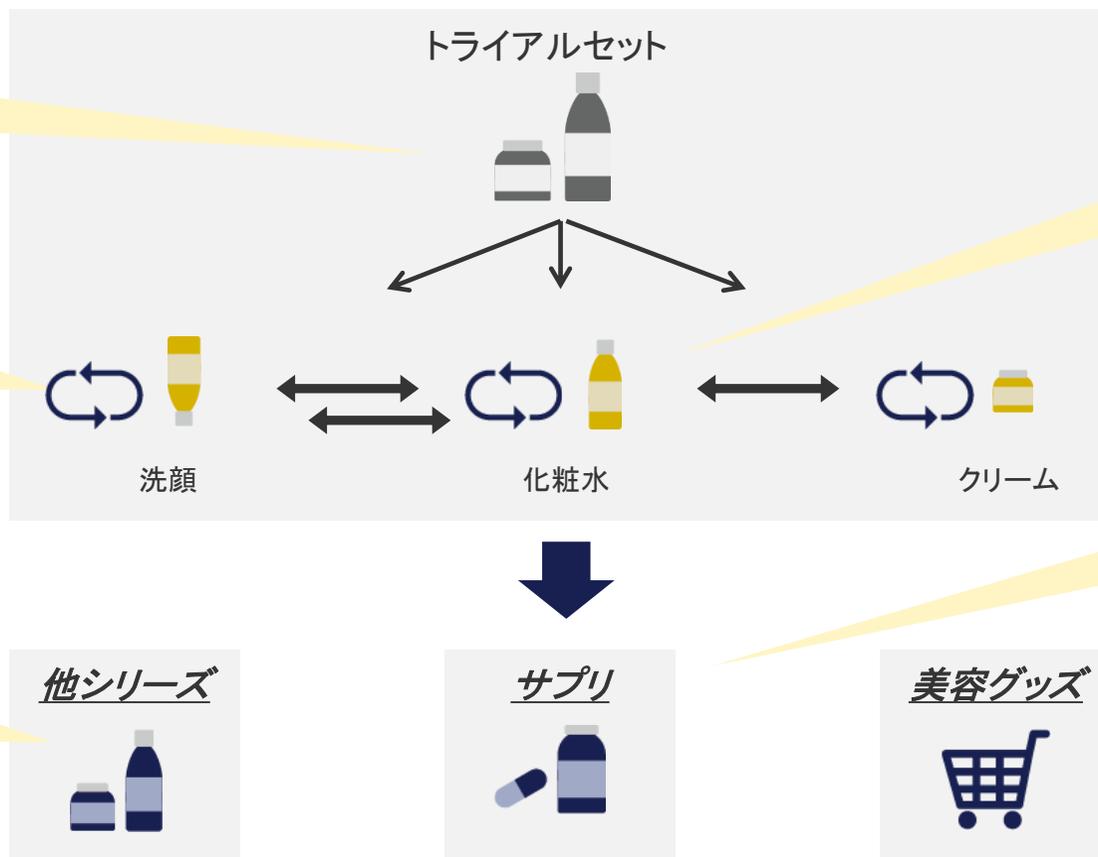
①トライアルセットの中から、どれかひとつを気に入ってもらい、本商品購入。

②気に入った商品をリピートしてもらい、定期誘導。

⑤年齢をかさね肌質、お悩みが変わったら別のシリーズの商品へスイッチ。

③洗顔→化粧水→クリームへ・・・と同じシリーズの他の商品をセット買い提案。

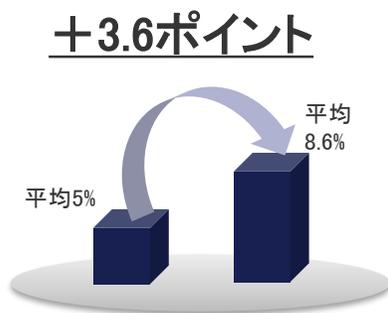
④購入回数が増えた頃にサンプル品を同梱し、他のカテゴリ商品をクロスセル



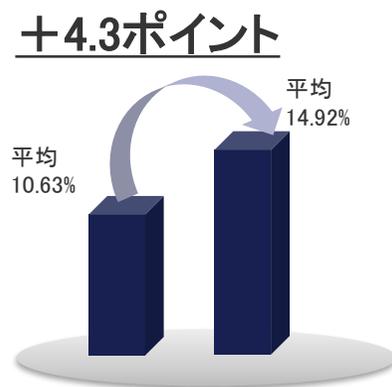
改善効果

前述のトライアル～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。

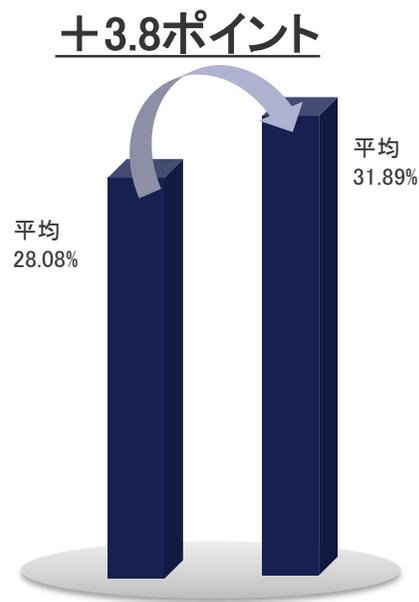
トライアルからの
初回リピート



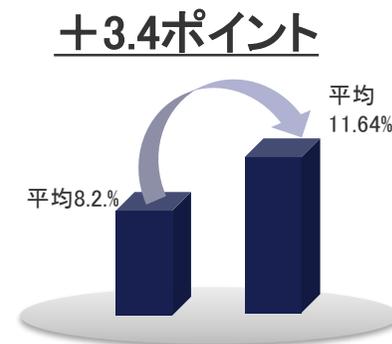
初回から2回目
へのリピート



2回から3回目
へのリピート



離脱傾向顧客
へのリピート





AIMSTARは、顧客のエンゲージメントを高めるためのAll in Oneソリューション

AI

ツール内包AI

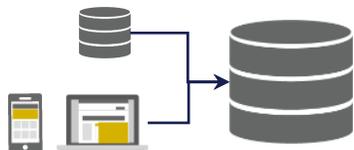
- ・AIスコアリング ・AIレコメンド ・生成AI
- ・個別の施策目的に対応する専用モデルを構築

AIモデルによるターゲティング連携

配信結果の再学習・モデル修正

データ統合

大量データ/多IF対応



- ・ 購買、WEB閲覧、アプリなどの大量データを統合
- ・ ノーコード連携

分析・抽出・シナリオ

標準搭載テンプレート



- ・ 100種類を超える分析テンプレート
- ・ 分析→抽出→シナリオ作成をノーコードでシームレスに実施
- ・ AIシナリオ

施策実施

マルチチャネルOne to One

- | | |
|---------|-------|
| DM・カタログ | アンケート |
| メール | 広告連携 |
| LINE | SMS |
| Web接客 | 顧客カルテ |
| 同梱 | |
| アプリプッシュ | |

All in one tool

カスタマーサクセス

自社開発 & サポート



- ・ 自社内の専門チームによるカスタマーサクセスサポート(CS)
- ・ 施策の企画から実施するプロフェッショナルサポート(PS)

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

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@growth-verse.ai

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。

