



リピート率が**4.3%**アップ！  
化粧品ECにおける3つのフォロー施策





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

リピート率改善にむけて、トライアル購入後からの最適なフォロータイミングやフォロータイミング毎の訴求や媒体、またクロスセルすべき商品が把握できていなかった。

## 3つの フォロー施策

### 購買間隔の最適化

商品毎に平均購入間隔を分析し、顧客毎のフォロータイミングの最適化。

### トライアル経過日数別 フォロー施策の最適化

トライアルセット申込み後から本商品購入までの購買日数をフォローチャンネルや訴求毎に分析し、フォロー内容やタイミングの最適化。

### クロスセル商品の最適化

商品ごとの組み合わせ分析を行い、クロスセル商品の最適化。

## 分析内容

商品毎に平均購入間隔を分析し、商品毎の特性や、顧客ごとの使い切りタイミングに応じた最適なフォロータイミングの把握。

## 施策

商品や顧客ごとにフォローアップタイミングを変える。

### 商品別 購買間隔分析例

	A商品	B商品	C商品	D商品
購買間隔(日)	購買件数	購買件数	購買件数	購買件数
1~29	19,543	30,550	7,774	12,198
30~59	9,660	13,745	2,572	5,232
60~89	6,017	8,360	2,129	4,140
90~119	4,103	5,920	1,593	3,412
120~149	2,741	4,261	948	2,802
150~179	1,975	3,295	1,093	2,312
180~209	1,560	2,665	1,063	2,155
210~239	1,132	2,121	631	1,700
240~269	907	1,772	657	1,714
270~299	743	14,777	629	1,437
300~329	618	1,298	474	1,235
330~359	547	1,268	427	1,180
360~	3,699	10,664	4,439	13,700

### 分析に基づく施策例

商品ごとの平均購入間隔、最頻値を分析し、顧客ごとにフォローアップタイミングを変える。



#### 購買回数の少ない人

→購買間隔がつかめないので、一律で商品目安間隔が過ぎたころにメール



#### 購買回数の多い人

→平均/最頻購買間隔をもとに未購入のころにフォロー

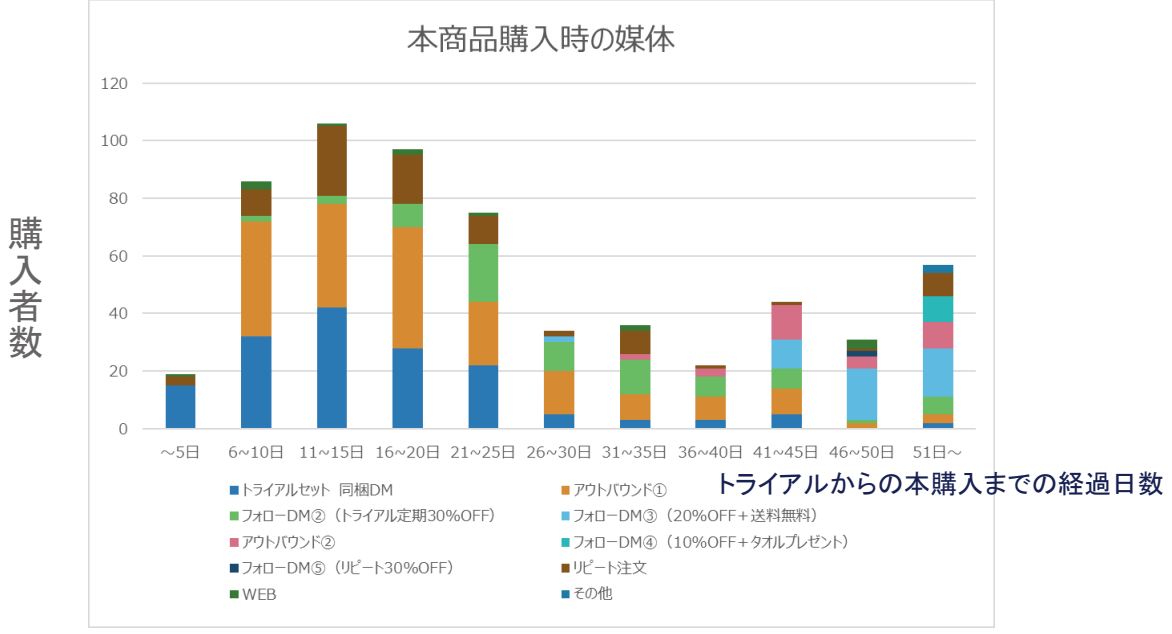
## 分析内容

フォロー施策別にトライアルセット後から本商品購入までの購買日数を分析し、フォロータイミング毎の最適な施策チャネルや訴求の把握。

## 施策

顧客の心理状態を加味した本商品購入までの購買日数に応じて、最適な訴求やチャネルでのコミュニケーションを実施。

### 購買日数別 購入チャネル分析 例



## 分析内容

商品ごとの併売率やスイッチ率(他の商品にスイッチしリピートしなくなる)を分析し、LTV最大化を実現するための、クロスセル商品の最適な組み合わせの把握。

## 施策

分析結果をふまえて、メイン商品のフォローで引きあがらない顧客や離脱顧客に対しては、別の併売率の高いカテゴリ商品をオファーを実施。

## 組み合わせ別購買商品分析例

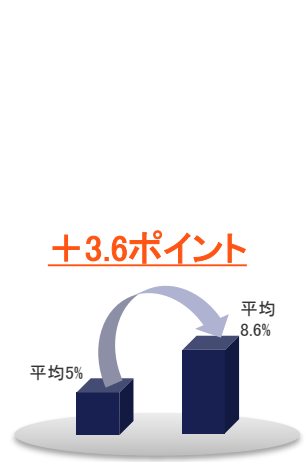
併売しやすい商品の組合せ、スイッチしにくい商品の組合せ等を比較して、クロスセルの商品を決めていく

		サブA							化粧品			食品					
		サブA1	サブA2	サブA3	サブA4	サブA5	サブA6	サブA7	化粧品1	化粧品2	化粧品3	食品1	食品2	食品3	食品4	食品5	食品6
サブ美容	サブA1	1.6	20.6	17.0	19.2	24.9	33.5	111.7	1.6	15.7	11.3	22.1	14.7	22.2	29.2	20.2	20.0
	サブA2	2.4	32.3	17.4	36.6	43.1	6.3	111.6	1.7	9.2	6.3	5.5	8.9	14.7	15.7	14.2	15.2
	サブA3	4.0	2.9	49.2	59.8	45.6	7.5	114.9	4.8	17.6	8.8	3.1	11.3	12.6	15.1	10.9	8.2
	サブA4	7.4	15.3	33.0	56.8	41.5	7.5	135.9	5.8	9.8	4.9	4.6	16.7	45.0	24.6	28.7	22.1
	サブA5	12.4	20.4	27.6	43.9	44.6	7.4	132.5	3.5	11.0	5.8	3.8	9.3	19.2	21.2	12.9	15.0
	サブA6	20.7	6.9	5.6	11.7	10.3	12.9	140.8	1.5	9.8	5.8	21.1	14.3	20.9	29.1	22.3	17.0
	サブA7	7.0	6.4	8.7	18.9	17.1	6.7	92.2	1.6	8.8	4.0	5.5	11.1	21.5	27.9	21.5	16.2
化粧品	化粧品1	10.1	11.4	30.4	70.9	45.6	16.5	140.5	39.2	16.5	11.4	15.2	16.5	21.5	32.9	22.8	13.9
	化粧品2	13.3	7.7	13.8	17.5	18.5	14.0	110.2	2.6	25.0	14.5	7.7	10.2	16.8	19.1	12.7	12.0
	化粧品3	19.2	11.1	15.6	15.0	20.4	16.8	108.4	2.1	25.5	15.3	12.6	15.9	21.9	24.3	14.4	15.6
食品	食品1	22.3	4.7	4.9	14.1	11.8	35.2	109.1	1.6	9.5	6.6	0.1	40.8	59.5	84.3	65.5	57.3
	食品2	6.2	4.9	5.7	19.8	10.5	10.2	90.7	1.0	5.1	4.8	4.5	36.6	95.7	97.3	74.4	66.1
	食品3	5.0	4.8	4.4	31.0	11.7	7.5	104.2	0.9	6.2	4.2	3.3	58.0	45.7	97.0	77.3	62.8
	食品4	5.8	3.9	3.7	14.4	10.6	7.9	100.2	0.8	4.9	3.5	3.2	44.0	72.1	56.3	86.7	72.1

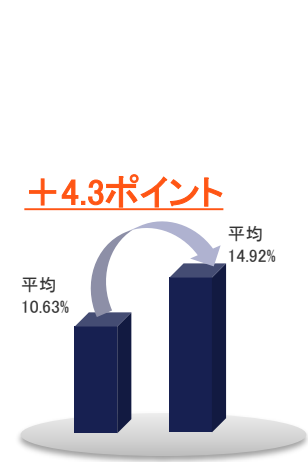
改善効果

前述の分析にもとづく施策により、各購買回数におけるリピート率の改善に成功。

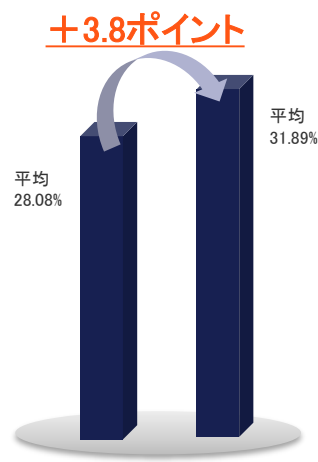
トライアルからの初回リピート



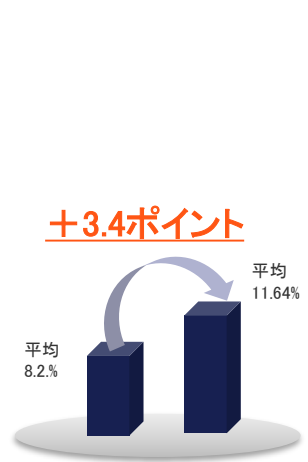
初回から2回目へのリピート



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

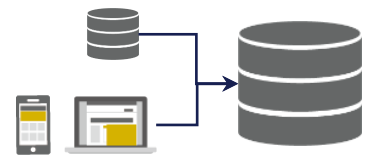
### ツール内包AI

- ・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。





Thank you.