



完全**成果報酬型**新規獲得支援
& CRM**無料支援**サービス

E-Grant

© 2023 E-Grant Inc. All Rights Reserved

00 INDEX

- ① E-Grantについて
- ② EC市場を取り巻く環境
- ③ 弊社サービスのご紹介

- ④ 改善事例
- ⑤ プラン



会社名 株式会社E-Grant

設立 2007年6月

企業理念 日本の文化である「和の心」を世界に広げ、
「思いやりに」溢れた社会を実現する

事業内容 EC通販CRMツール「うちでのこづち」事業
CRMマーケティング事業
その他EC通販CRMに関わる一切の事業

所在地 東京本社:東京都品川区西五反田2-30-4

BR五反田ビル8階

福岡支店:福岡市博多区博多駅前南2-18-10-504

千葉支店:千葉市中央区登戸2-5-30-107

一般社団法人「日本通販CRM協会」代表企業



<http://japan-crm.org/>

EC通販導入数No.1ツール



800社以上のECCRM支援の
プロフェッショナル



CRM戦略設計～PDCA実行を
トータルでサポート

CRMから『JCRM』の時代へ



株式会社再春館製薬所, ロート製薬株式会社,
株式会社世田谷自然食品, ライオン株式会社,
ダイドードリンコ株式会社, 株式会社えがお,
アンファー株式会社, 小林製薬株式会社
...etc

累計3,000名以上参加
毎月、EC業界の様々な情報を発信

ラジオCRM ラボ
by E-Grant



実績

美容健康

BULK HOMME

RANKUP

FORMAL KLEIN

新日本製薬

TAIHO 大鵬薬品

Bbσ

M&M's

DINÉTTE

メビウス製菓

SOCIALTECH

セーレン 株式会社

アパレル

MENZ-STYLE

sugar

nissen

STELLA
VIANA

LIBJOIE

総合・雑貨

日本直販
NIHON CHOKUHAN

Combi

nishikawa

株式会社 水晶院

株式会社 丸菱

匠の一冊

食品

KEY COFFEE

門崎勲成肉
Kanashi Aging Beef

萬坊
MANBOKU

※はくばく
オンラインショップ

Calbee 伊藤園

協同乳業株式会社

タマチャンショップ モンマルシェ

京の味老舗
八代目儀兵衛

元祖くず餅
船橋屋
創業文化二年

その他

Panasonic

伊豆箱根温泉
食べるお宿 湯の湯

生涯学習の
ユーキャン
U-CAN

ごとふ動物病院

P2C Studio

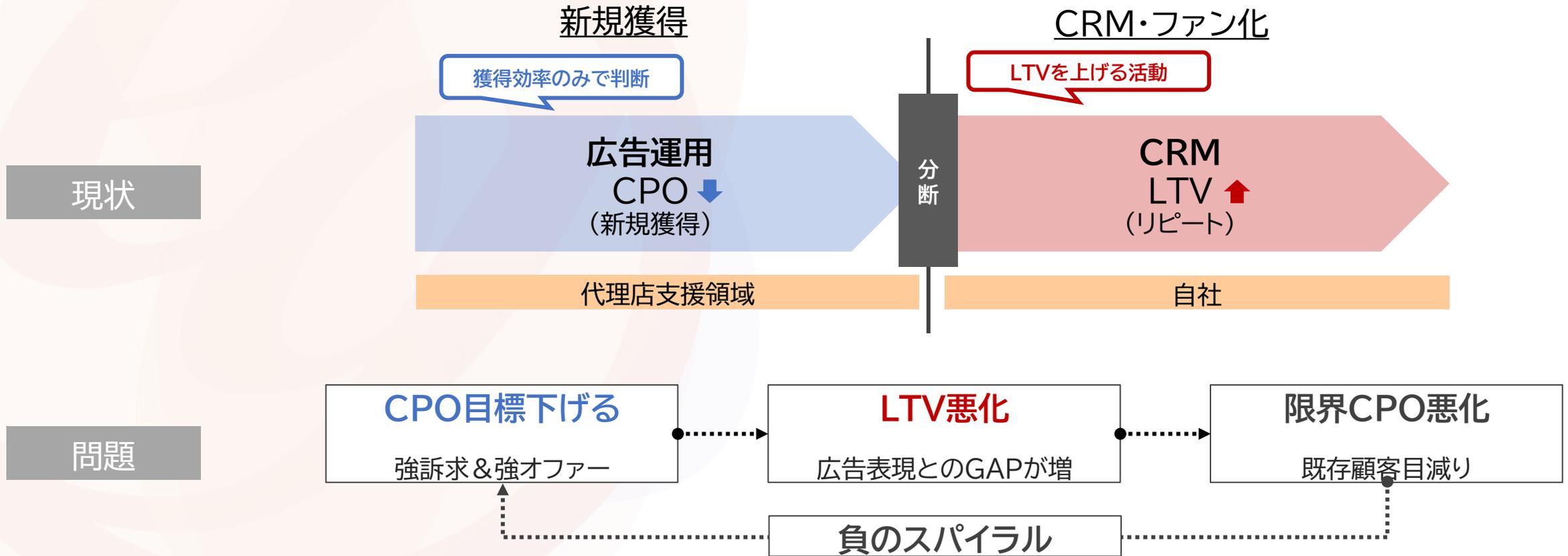
KAMOSENI

02 EC市場を取り巻く環境



LTVの上がらない企業の課題

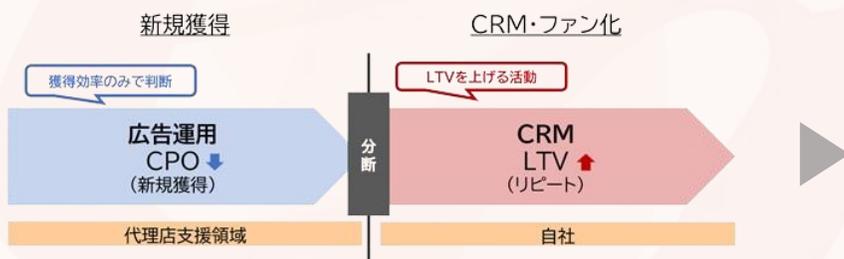
新規獲得・CRMが分断されることにより
LTVが上げることが困難な状態になる



目指す姿

LTVベースでの投資判断 新規獲得・CRMを一貫したコミュニケーションとして設計することで解決

現状



目指す姿

LTV・アクティブ顧客数を最大化

事業目標から逆算し、LTVから逆算した広告運用・CRM
CPO LTV
(アクティブ顧客数を最大化)

自社 & 代理店

POINT

- ✓ 獲得した顧客のLTVをシミュレーションし投資判断
- ✓ 固定化したCPO目標ではなく、LTVから逆算した媒体毎のCPOを設定
- ✓ 流入した顧客に合わせて、最適なセグメント・CRM施策を実行する
- ✓ CRMの成果を正しく捉え、事業インパクトの高い施策を実行する

実行できない現状

環境・ノウハウ・リソース・予算
の観点から実行できない企業が大多数

しかし…



環境

計測可能な
システム・環境が無い



ノウハウ

KPIの基準や判断・
新たな打ち手がない



リソース

工数を掛けられず
現状の運用で手一杯



予算

コンサルを入れても
予算圧迫にしかない

03 E-Grantが提供する CRM→AD ECグロースプラン



AD & CRMのトータル支援

一般的な広告代理店

CPO目標 & 予算



広告運用



レポート

E-Grant

事業目標・予算・
全マーケティングKPI



広告運用

CRM



現状分析レポート
改善提案



CRM→AD ECグロースプランとは

新規獲得・CRMをAll In Oneで支援

新規獲得

既存活性

広告運用

クリエイティブ

CRM

効果検証

E-Grantがトータルで支援

LTVを上げ

アクティブ顧客の総数を向上させるための取り組みを支援



ご支援概要

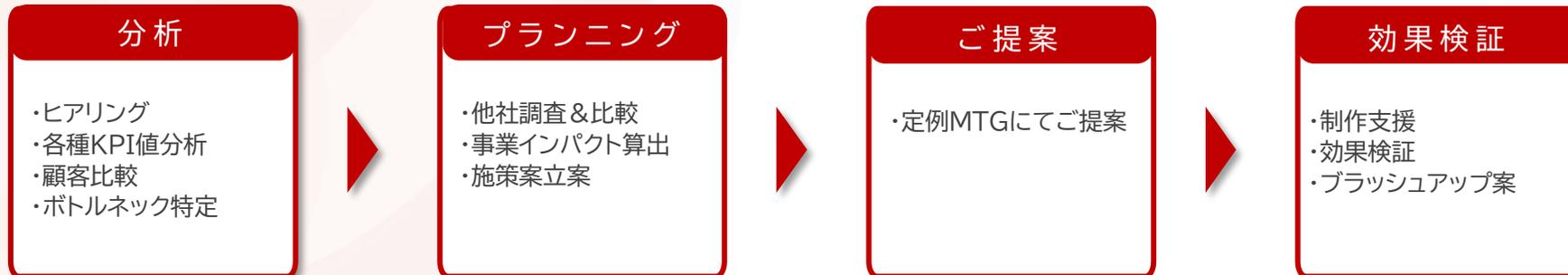
投資シミュレーション

獲得顧客のF2転換率から、想定LTV・限界CPOを算出投資判断の目安が一目で可視化

F1		F2		媒体検証			
媒体名	件数	件数	継続率	想定LTV	限界CPO	CPO	投資判断
A	1,000	700	70%	¥14,397	¥7,198	¥8,000	△
B	900	540	60%	¥12,904	¥6,452	¥8,000	▲
C	800	760	95%	¥18,129	¥9,064	¥8,000	◎
D	700	315	45%	¥10,665	¥5,332	¥8,000	×
E	600	540	90%	¥17,382	¥8,691	¥8,000	○
F	500	350	70%	¥14,397	¥7,198	¥8,000	△

CRMアドバイス

LTV向上に必要な打ち手を、優先順位をつけてご提案



E-Grantが選ばれる理由

アカウント別年間LTV ☆ 📁 ☁

ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール 拡張機能 ヘルプ

🔍 ↶ ↷ 🏠 📏 100% ▼ | ¥ % .0 ↓ .00 123 | デフォ... ▼ | - 8 + | B I ☒ A | 🎨 📄 📊 ▼ | ☰ ▼ ↓ ▼ | 📏 ▼ A ▼ | ⋮ ^

A1	A	B	C	D	E	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
1		会社名	アカウント名	ジャンル	リリース日	2014年					2015年					2016年
2						売上	購入顧客数	購入回数	平均LTV	平均購入回数	売上	購入顧客数	購入回数	平均LTV	平均購入回数	売上
3	全体平均															
4	合計(導入年以降のみ)															
5	welve	株式会社E-Grant														
6	ビーボ(旧:ウェブタンク ジャパン)	株式会社ビーボ	webtanc	健康食品	2014-04-01											
7	韓国人参公社ジャパン	株式会社韓国人参 公社ジャパン	kgc	健康食品	2014-04-01											
8	昭和西川	株式会社昭和西川	nishikawa	その他	2014-05-19											
9	荒畑園	株式会社荒畑園	arahataen	食品	2014-06-14											
10	水晶院	株式会社水晶院	suishowin2	その他	2014-09-14											
11	ルピス(Queen)	株式会社Queen	lupis	雑貨	2014-11-18											
12	M&M(株式会社エムアンド エム)	株式会社エムアン ドエム	sttd	化粧品	2014-12-01											
13	ネイチャーズウェイ	株式会社ネイ チャーズウェイ	naturesway		2015-02-02											
14	ラブピー・プラ ネット	ラブピー・プラ ネット株式会社	luvnp	化粧品	2015-02-20											
...		株式会社ヴェレ														

**累計800社以上のマーケティングデータから
改善点や施策の優先度を提示**

04 改善事例



事例 | 化粧品会社A

業種

30~40代向け化粧品

販売方法

定期:単品=5:5

客単価

初回1,800円
2回目以降2,800円

LTV

約11,000円

広告

G・Y指名検索 アフェリエイト
月200件程度獲得

CRM状況

メール・LINE・同梱物など
一定作りこんでいる

実施前の
課題

LTVが向上せず、
新規獲得目標が厳しくなり、アクティブ顧客数を増やすことができなかった

実施の
目的

- ✓LTVベースでの広告・CRMへの素早い投資判断
- ✓自社の状態を正しく可視化する

事例 | 化粧品会社A

本質的な
課題

トータルLTVとCPOでの投資判断しか行っていなかったため、
投資拡大・縮小の判断ができていなかった

媒体コード	媒体名	CV	総売上	年間LTV
				¥7,257
				¥7,067
				¥5,844
				¥9,736
				¥7,342
				¥8,832
				¥6,833
				¥9,840
				¥7,418
				¥8,812
				¥8,860
				¥10,198

- 投資拡大を行うことで利益が見込める媒体
- 投資縮小を行うことで利益が見込める媒体

事例 | 化粧品会社A

BEFORE

LTV 前年顧客数比
約11,000円 98%

広告運用



- ☑ CPOのみでの判断
- ☑ 月に1回の広告レポート
- ☑ 媒体の不調・好調しか判断できず

CRM



- ☑ 効果測定をしてない
- ☑ 打ち手が枯渇していた
- ☑ 課題を捉えていない

AFTER

LTV 前年顧客数比
約**14,000円** **130%**



- ☑ **媒体別LTVから媒体毎の限界CPO値を算出**
自社に利益の残る投資判断が明確に可能となった
- ☑ **広告レポート+LTV・転換率・顧客定性&定量レポート**
獲得顧客と自社の状況を明確に可視化
- ☑ **解約理由からクリエイティブを改善**
獲得～商品利用の期待値GAPを解消する表現・訴求へ



- ☑ **CRMの効果を正しく判断**
実行施策の成果を他社数値と比較し良し悪しが明確に
- ☑ **具体的な打ち手が明確に**
CRM施策の優先順位・打ち手を毎月立案
- ☑ **ボトルネックを捉え、事業インパクトの高い施策を実行**
セグメント・クリエイティブイメージが具体的に明確化

05 プラン

完全成果報酬型広告 完全無料CRM支援可能！

まずはお問合せください

担当者：土井(ドイ)

mail：atsushi.doi@e-grant.net

TEL：[03-6450-1077](tel:03-6450-1077)