

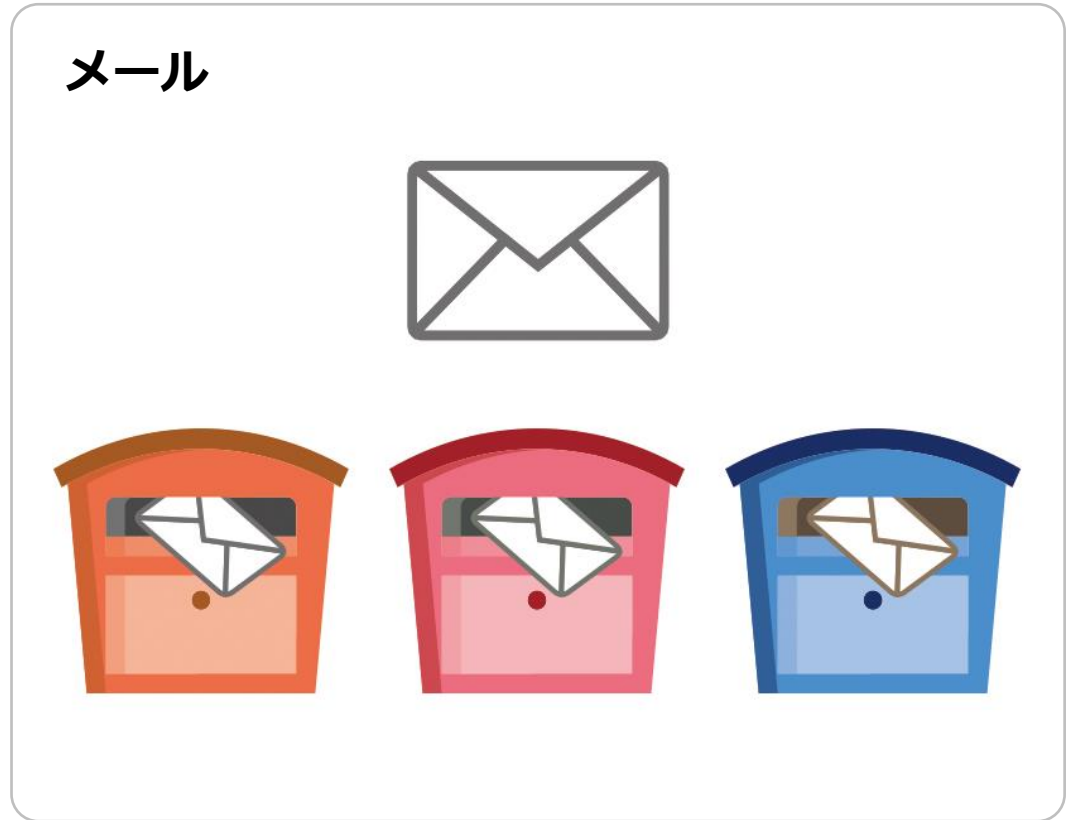
一括配信はもう古い

LINE × **CRM**

LINEをCRMで活用する方法



顧客接点の施策ごとに距離が違う事実



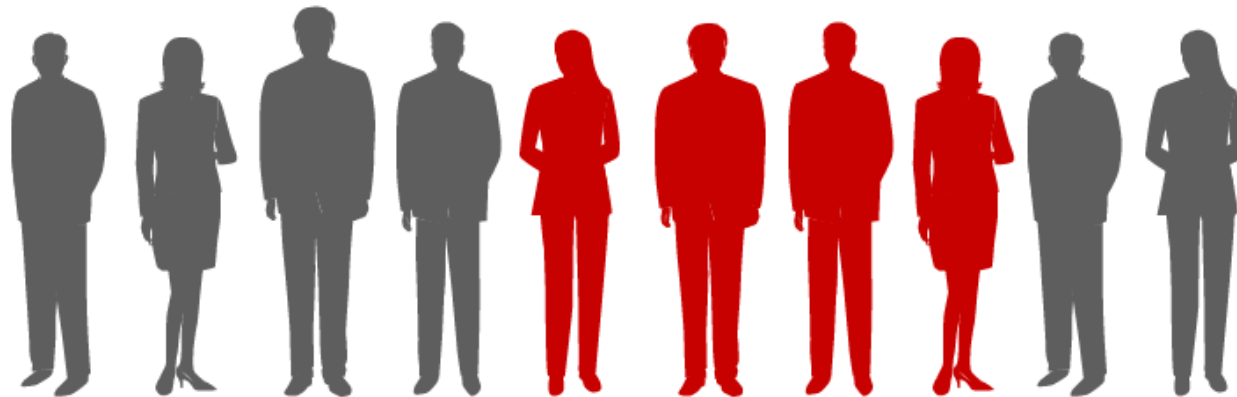
メールとLINEは相手に与える印象が違う

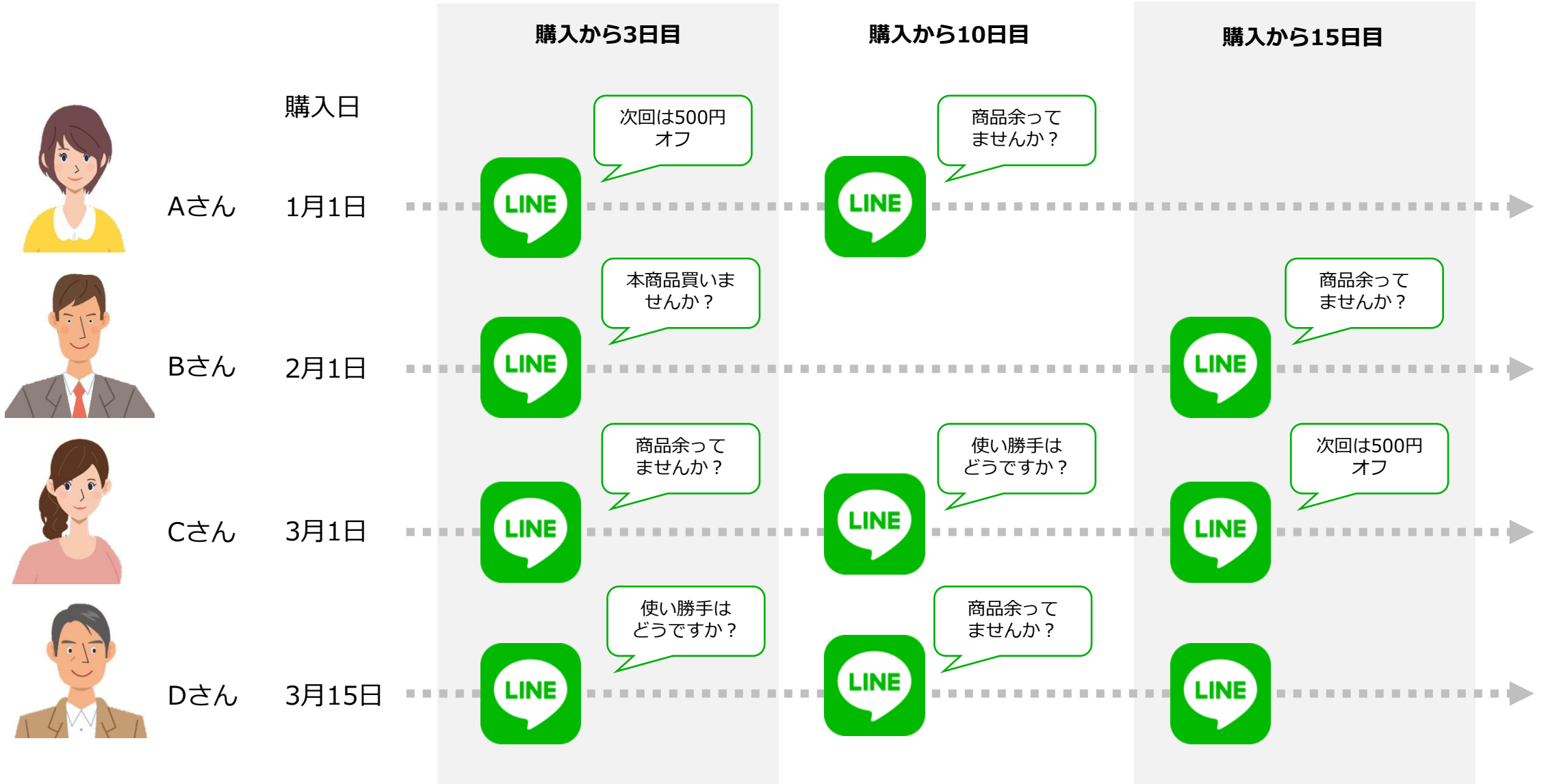
つまり



セグメントしていないLINEの一括配信は
一度接点を持った人にピンポンを押し続けるようなもの

セグメント配信とは





**お客様の購入日や購入商品等ステータス別に配信する事で、
ブロック率を下げ、売上を向上させる施策になります**

事例



LINE登録を増やすための施策

①注文完了画面でバナー表示



約50%がお友達登録登録

②メールへのバナー表示

○公式LINEお友だち限定キャンペーン配信中!○



公式LINEアカウントです♪
LINEお友だち限定のお得な情報や、

芸能人や有名モデルさんが実践している
最新ダイエット情報など、

あなたの健康腸活ライフを充実させる情報を
配信しています!

ぜひご登録して楽しんでくださいね♪



約1.2%が登録登録

③同梱物で登録チラシ



上記施策を実施することで
新規顧客の約60%がLINE登録!!

セグメント別配信事例



Aさん



3点セット定期コース



Bさん

洗顔お試し購入



上記施策を実施することで
2回目購入者リピート率135%UP！

配信コンテンツ事例（定期F1）



F2定期定着率
45.9% → 58.9%

約13%UP!

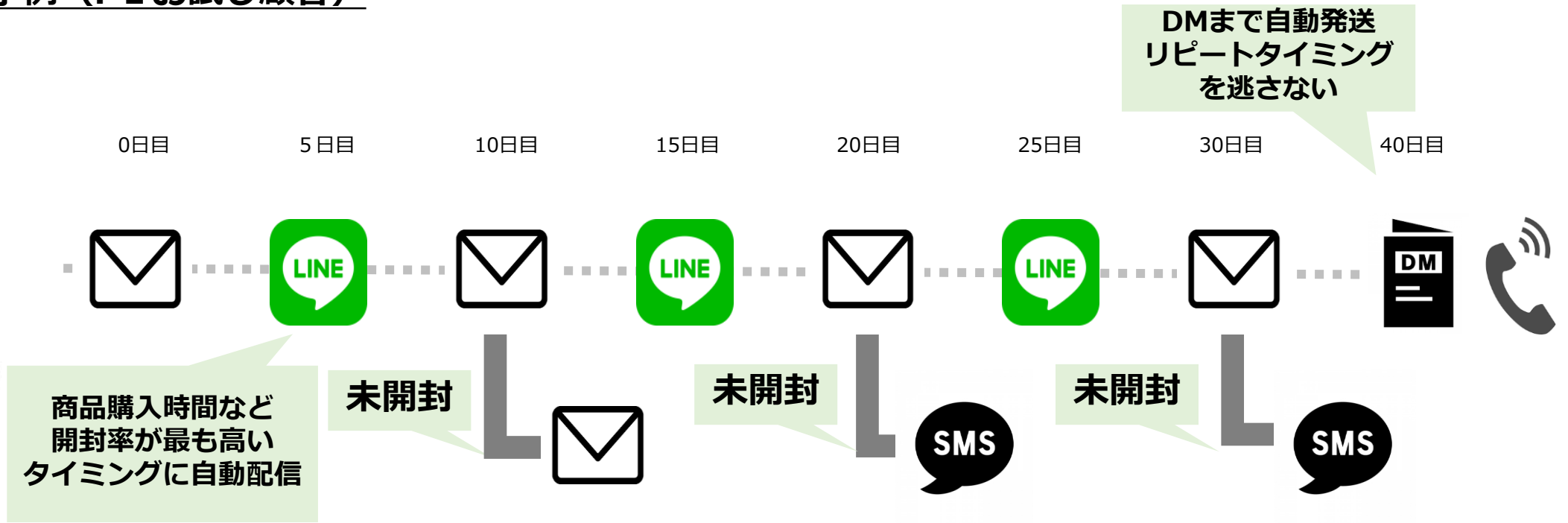
ただし...

リピート率を高めるためには
LINEだけでは不十分です！

LINEは開封率は高いものの読み飛ばされやすく
顧客を“動かす”チャンネルとしては不十分です。
各チャンネルの特徴を把握し、CRM実施プランを策定しましょう

	メール	SMS	LINE	アウトバンド	DM
効果	▲	△	○	◎	◎
難易度	易	易	難	中	中
コスト	◎	○	○	▲	△
おすすめ	△	△	○	◎	◎
特徴	最も低コストで テストマーケティングに最適 情報量も○	メールと比較し 閲覧率が高く 他の施策とミックス すると効果○ 情報量は×	メールと比較し 閲覧率が高く 主要なコミュニケーションツール 情報量は△	コストは割高ではあるが、 クロージングは◎ アンケートも取得可	閲覧率も高く 休眠顧客への主要 チャンネル CR制作のリソース×

施策シナリオ事例 (F1 お試し顧客)



他商品へのCVが行われれば、CVを起点に別のシナリオへ



様々なチャネルを活用し、多角的に顧客とのタッチポイントを創出
顧客心理・コスト・コンテンツに応じてチャネルを使い分け
流入した顧客とのコミュニケーションを行うことが理想的です。

CRMツールうちでのこづち

うちでのこづちとは

EC通販システムとの自動連携を用意し顧客分析からCRM施策・効果検証まで必要な機能を揃えたCRM・マーケティングオートメーションツールです。



うちでのこづちとは

年商に関わらずLTV向上に取り組む多数のEC通販・その他BtoC企業を支援
美容健康系・アパレル・食品業種・雑貨など600社以上

※うちでのこづち関連事業での実績

Combi

Calbee



SUNTORY MARKETING & COMMERCE
SUNTORY



JF JFRONTIER



nissen,

BELTA

協同乳業株式会社

SOCIALTECH

sugar

ZAPPALLAS



FORMAL KLEIN

※一部抜粋 順不同

うちでのこづちのLINEの強み

○シナリオ設計の柔軟性

- ↳定期コース・特定商品&カテゴリ×時期などEC通販に必要なトリガーでシナリオ設計可能です。
- ↳CV・特定商品CVなどシナリオ切り替えも柔軟に対応しています。

○他チャネルと連動したシナリオ構築

- ↳メール・SNS・DM・OBと連動したシナリオ構築が可能です。
- ↳開封など顧客アクションに応じたチャネル・コンテンツ分けも可能です。

○価格

- ↳月額29,800円~ご利用いただけ、EC通販に必要な分析・施策を実現できます。

○ツールを一つにまとめられる

- ↳うちでのこづちなら、CRMにかかるすべての分析・施策・効果検証を一元管理できます。

○効果検証

- ↳施策効果をLTVベースで計測でき、
直接効果だけでなくトータルでの効果検証が可能になります。

専門知識が無くても、
“誰でも”“簡単に”“自動で”理想的な顧客フォローを

ツール月額
29,800円～

※導入顧客数により変動
※初期費用別



■ BtoC×CRM 「うちでのこづち」
詳しくはコチラ：<https://www.uchideno-kozuchi.com/>

