

一括配信はもう古い

LINE × CRM

LINEをCRMで活用する方法

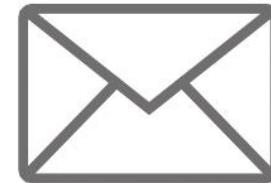


顧客接点の施策ごとに距離が違う事実

LINE



メール



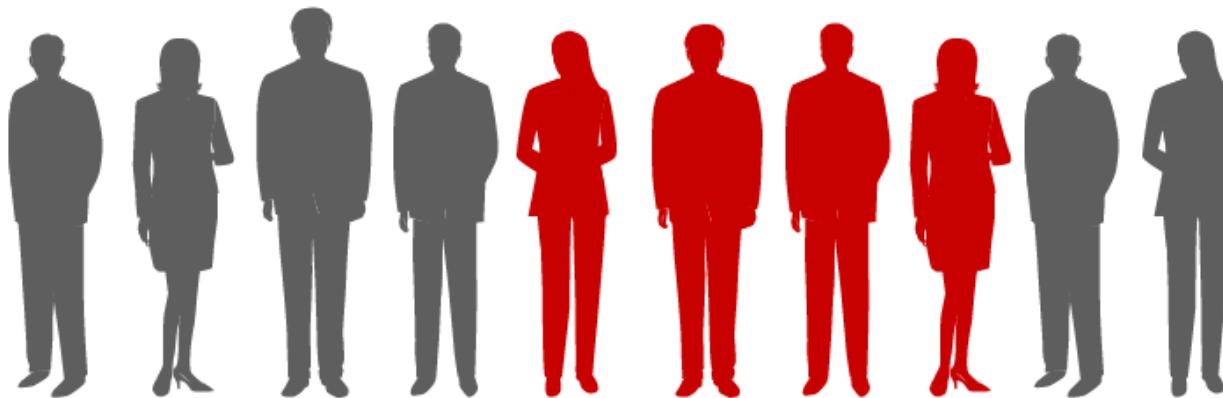
メールとLINEは相手に与える印象が違う

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





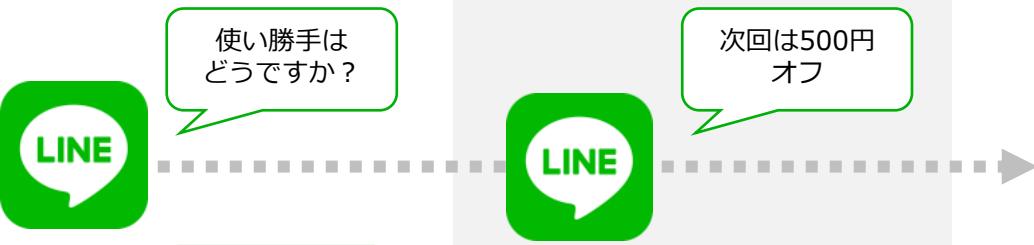
購入日
Aさん 1月1日



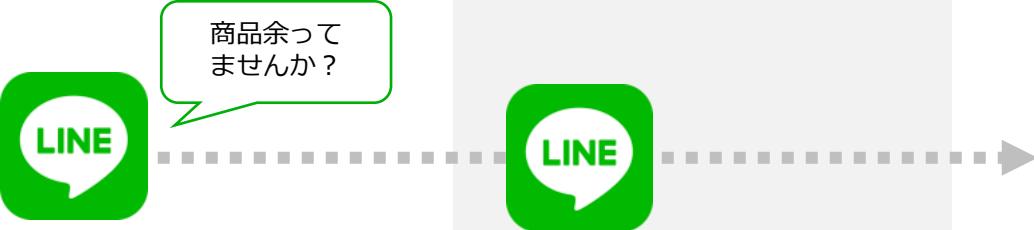
Bさん 2月1日



Cさん 3月1日



Dさん 3月15日



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、
ブロック率を下げる、売上を向上させる施策になります

事例



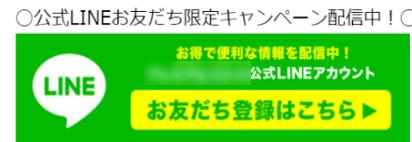
LINE登録を増やすための施策

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♪



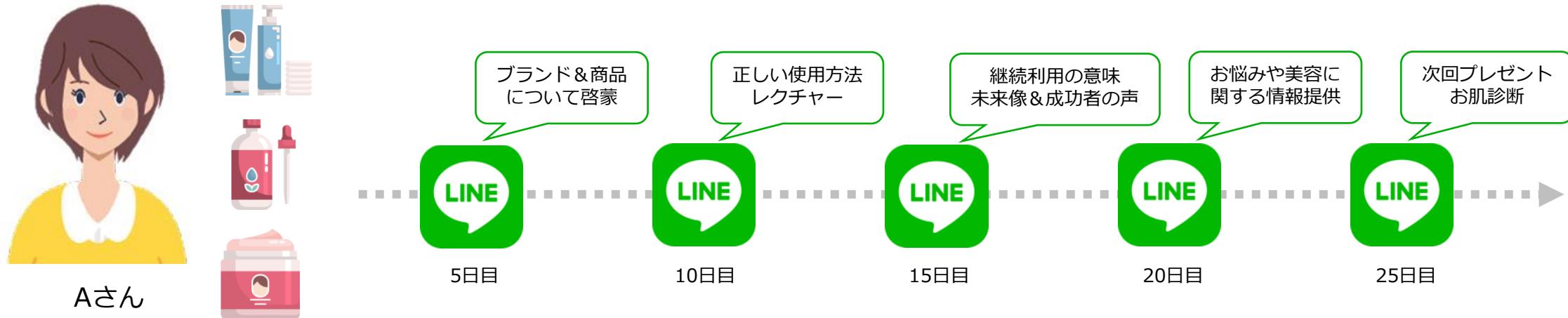
約1.2%が登録登録

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



3点セット定期コース



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）

【5日後】



【飲み方啓蒙】



【10日後】



【継続特典告知】



【15日後】



【FAQ】



【20日後】



【愛用者コメント】



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”チャネルとしては不十分です。 各チャ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 | 最も低成本で テストマーケに最適 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 チャネル CR制作のリソース× |



施策シナリオ事例（F1お試し顧客）



0日目

5日目

10日目

15日目

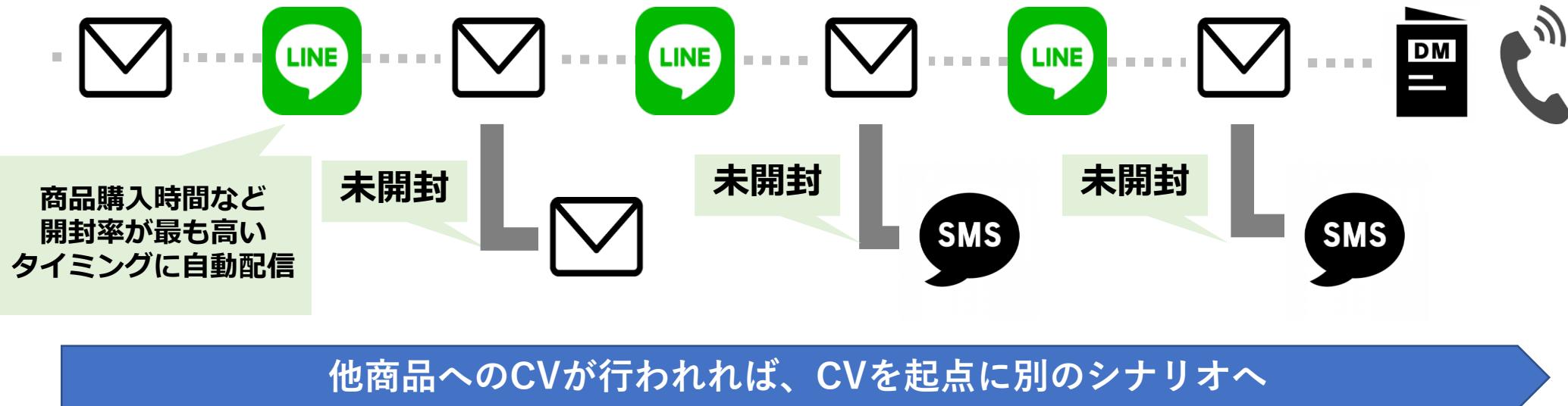
20日目

25日目

30日目

40日目

DMまで自動発送
リピートタイミング
を逃さない



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ツールうちでのごづち



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



SUNTORY MARKETING & COMMERCE
SUNTORY

SUN・CRORELA
サン・クロレラ販売株式会社

JF JFRONTIER



協同乳業株式会社



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50,000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
50,000円～**

※導入顧客数により変動
※初期費用別



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

