

LINE × Emotion CRM

AIが顧客の感情を読み解る！



Copyright (C) 2024 E-Grant Inc. All Rights Reserved

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





Aさん

購入日

1月1日



今回は500円
オフ



商品余って
ませんか？



Bさん

2月1日



本商品買いま
せんか？



商品余って
ませんか？



Cさん

3月1日



商品余って
ませんか？



使い勝手は
どうですか？



今回は500円
オフ



Dさん

3月15日



使い勝手は
どうですか？



商品余って
ませんか？



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!!

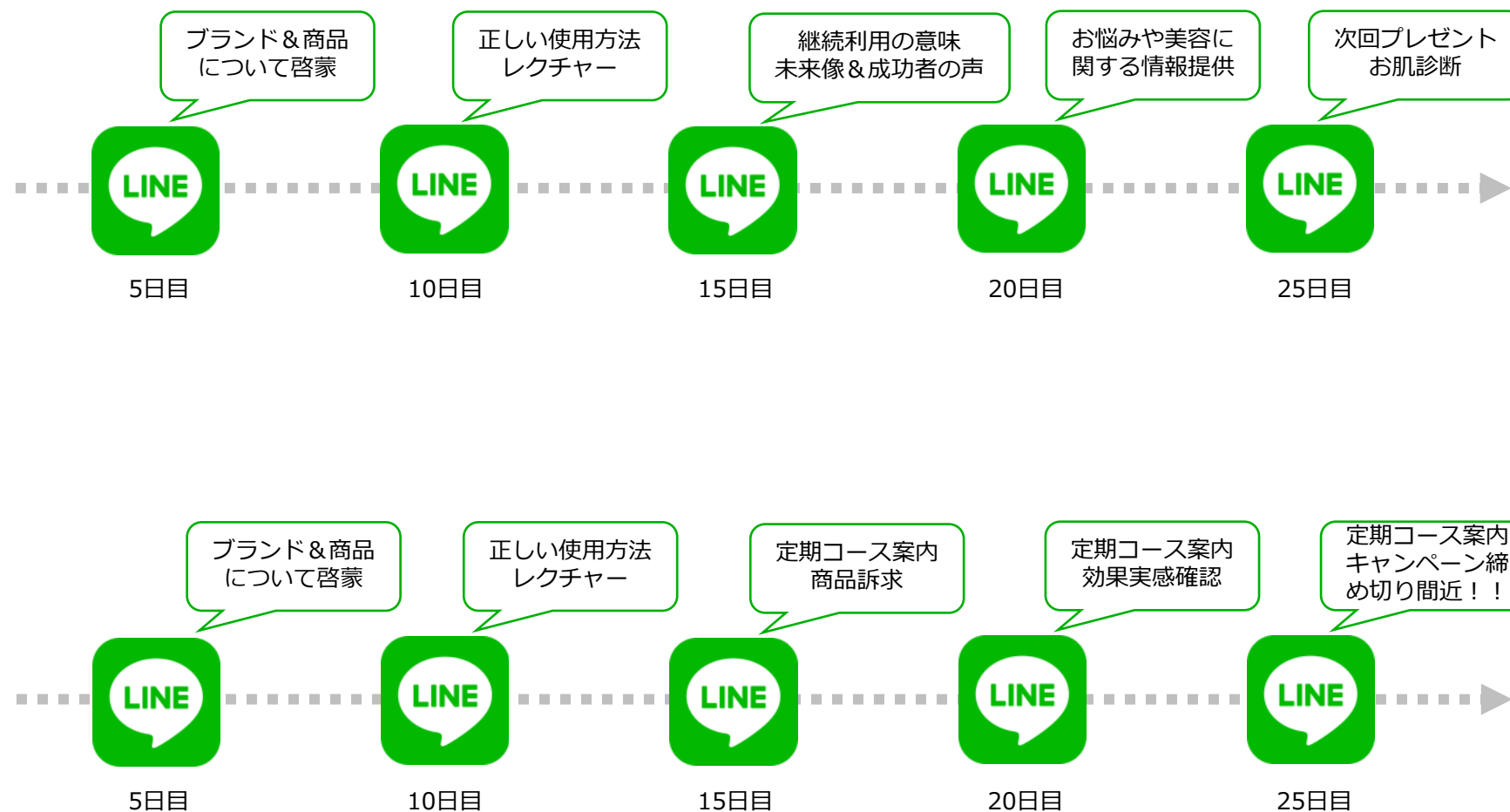
セグメント別配信事例



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）



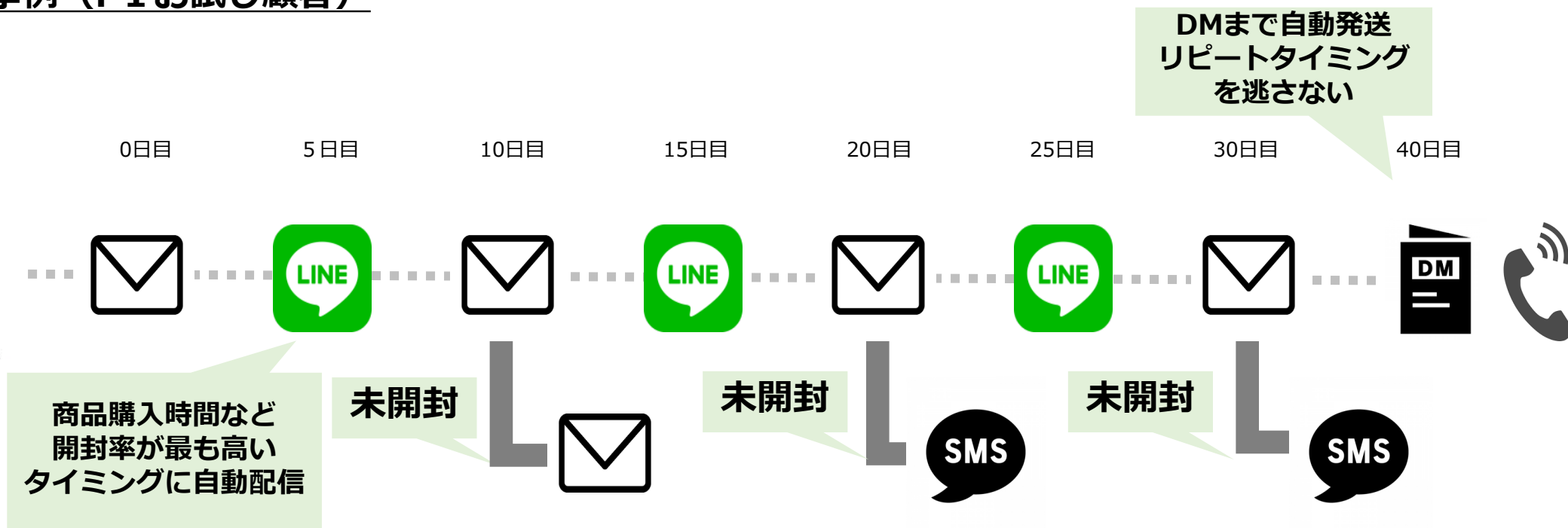
F2定期定着率
45.9% → 58.9%
約13%UP！

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は開封率の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	最も低コストで テストマークに最適 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）



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900社以上

※うちでのこづち関連事業での実績



nissen



第一三共ヘルスケア



よろこびがつながる世界へ



大鵬薬品



日本直販
NIHON CHOKUHAN



アサヒグループ食品



大正製薬

協同乳業株式会社



太田胃散

Iwatani

Panasonic



KINS

BULK HOMME

VALX



A-TEAM
LIFESTYLE

ZENB

Kanebo
FEEL YOUR BEAUTY



タマチャンショップ

OHAYO
バイオテクノロジーズ



KENKO

REDEN

stones
ストーンズ

SUNTORY
SUNTORY WELLNESS



Muscle Deli



再春館製薬所

山田養蜂場
YAMADA BEE FARM



富澤商店

※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。

※導入顧客数により変動 ※初期費用別

※現在うちでのこづちをご契約の場合はオプションにて月額プラス20,000円でご利用可能です。

○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

※現在うちでのこづちをご契約の場合はオプションにて月額プラス20,000円でご利用可能です。



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

