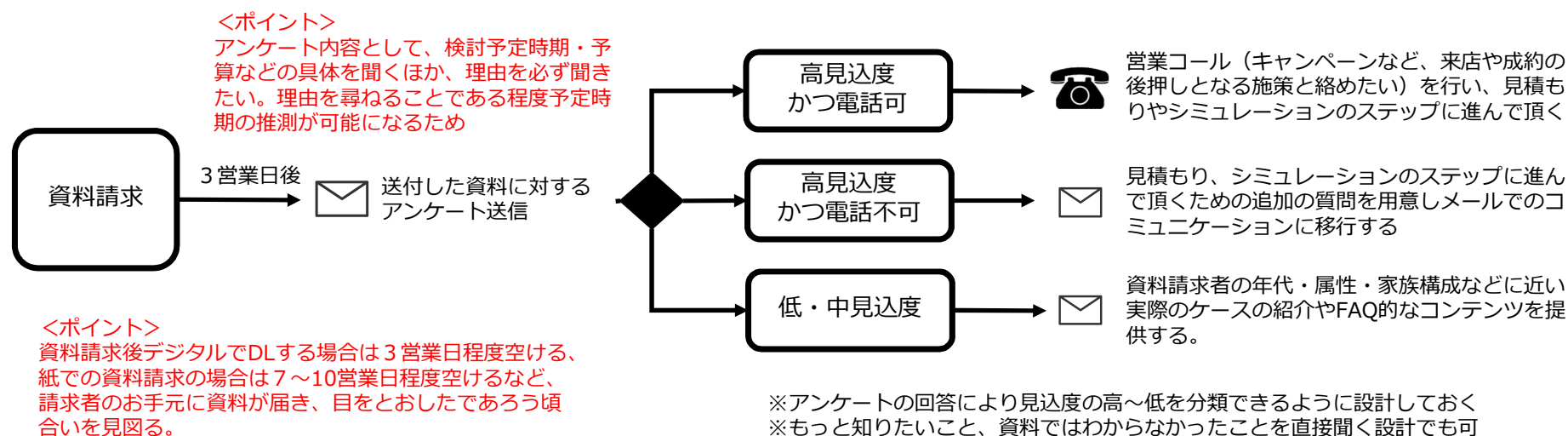
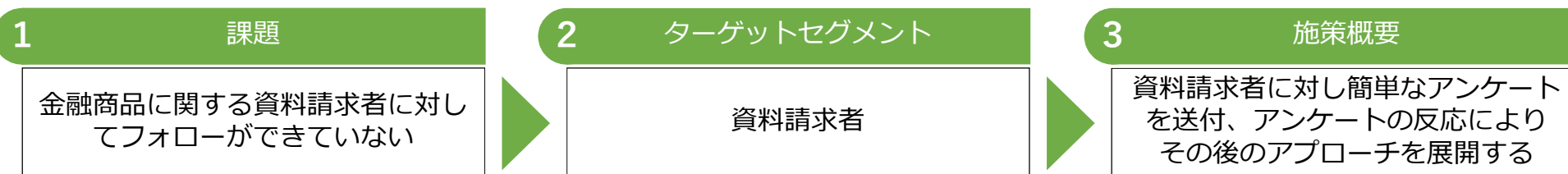




1. 一金融商品（ローン、保険等） 資料請求者フォロープログラム
2. 一眼レフカメラ 潜在顧客向けクーポンプログラムの例
3. サプリメント商材 かご落ち プロモーションの例
4. タブレット 購入後クロスセルプログラムの例
5. 記入用書式



ターゲット

行動内容

資料請求を行った

インサイト

(なぜその行動をしたのか?)

- ・製品への興味があった。
- ・もっと知りたいと思った。
- ・資料ではもっと情報が得られると思った。
- ・営業担当に会うほどでは…と考えているかもしれない。

施策の目的

資料請求者に対して適切なフォローを行う。

課題や仮設

資料請求者を見込度に応じてフォローできれば成約率も高まるのではないかな。

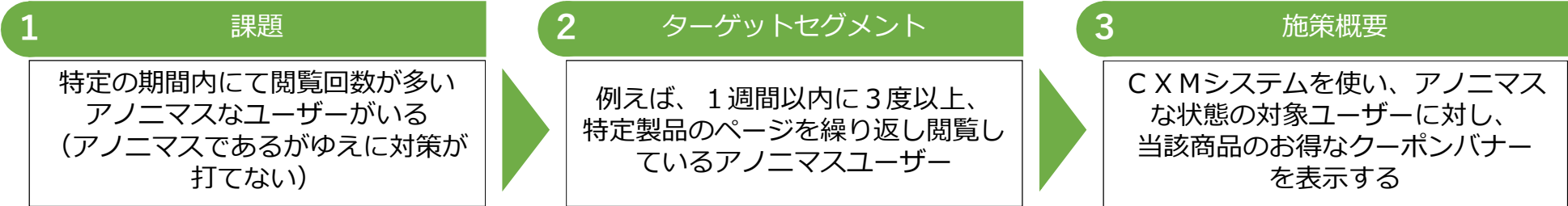
手段

アンケート＋メール／電話

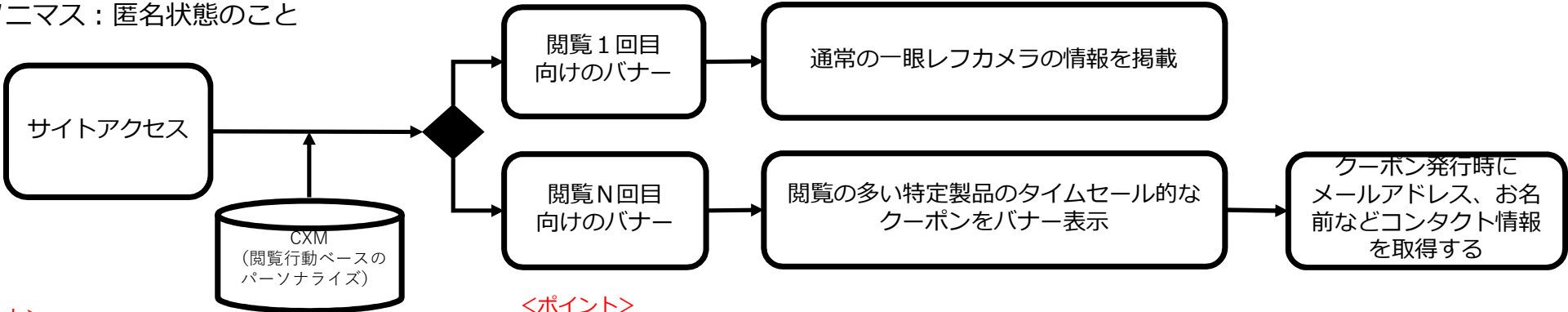
施策案詳細

【高評価】（電話可） ・営業担当者からのアウトバウンドコール（電話不可） ・見積もりやシミュレーションに進んでもらうための追加情報の聞き取り

【低評価】 課題解決型のアプローチ。ケース多め。



※アノニマス：匿名状態のこと



<ポイント>
Cookie情報における閲覧回数を把握し、CXM（カスタマー
エクスペリエンスマネジメント）システムと連携することで、
アノニマスな状態でコンテンツの出しわけが可能になる

<ポイント>
短期間で複数回のアクセスがあるアノニマスなユーザー
に対してバナーを表示させる

目的	ターゲットセグメント		課題（仮説） （なぜ購入しないのか）	手段	施策
	行動内容	インサイト （なぜその行動をしたのか？）			
購入検討中の 製品の販売促進を行う	同じ製品のページを何度 も閲覧するものの購入に は至らず	高価格のため、商品に対 する興味はあるものの、 購入に踏み切る決断がで きていない	・最後のひと押 しが足りない	割引クーポン 広告バナー	・ C X Mの技術を用い、一定の期間内に一定回数以上 アクセスがあったアノニマスユーザーに向けた限定 クーポンを発行する ・ クーポン取得時にメールアドレスなどコンタクト 情報を取得する

1

課題

購入されなかった
閲覧商品 = サプリメント商材をレコ
mendしたい（かご落ち対策）

2

ターゲットセグメント

買い物かごになんらかの商品を入
れたものの、購入には至っていない人

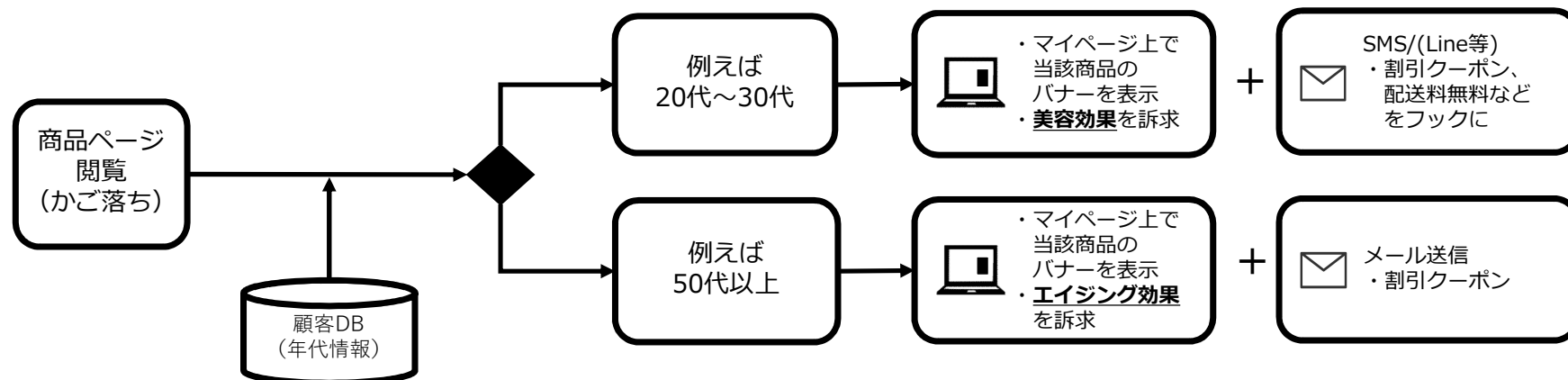
3

施策概要

ターゲットの属性に合わせて
メディアや訴求内容を変えた
販売促進プロモーション

<ポイント>

マイページでのバナー表示以外にメールやSMSでPUSH配信を合わせておこないたい



ターゲット

行動内容

特定の商品ページ
を閲覧しバスケットまでは投
入したものの購入には至らず

インサイト

(なぜその行動をしたのか?)

商品の購入意欲はあるものの、
今購入する必要性が感じられ
ない

施策の目的

購入されなかった
商品の販売促進

課題や仮設

・ぜひとも今、購入
すべき理由・インセ
ンティブを提示する

手段

バナー
メール
SMS

施策案詳細

女性セグメント:

・マイページ上で当該商品のバナーにて美容効果を訴求
・加えてSMSにて割引クーポンや配送料無料などキャンペーン情
報をプッシュする

男性セグメント:

・マイページ上で当該商品のバナーにてエイジング効果を訴求
・割引クーポンをメールで送付

1

課題

店頭において購入された製品の
関連商品/サービスをクロスセル
したい

2

ターゲットセグメント

店頭での商品購入者

3

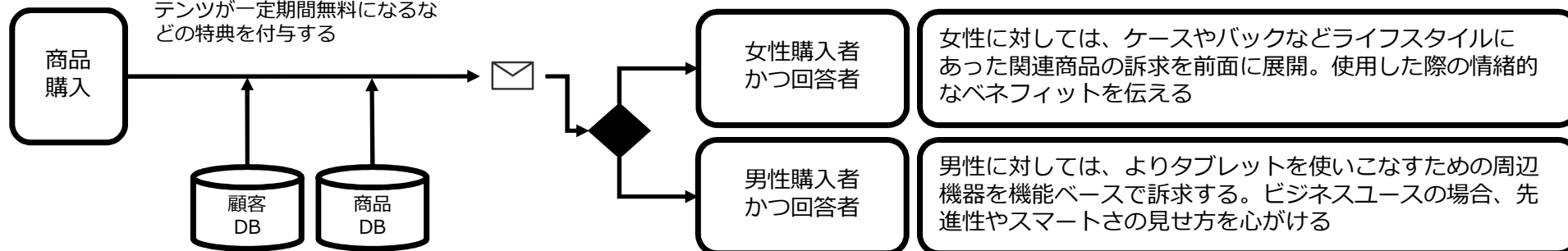
施策概要

商品購入後に、購入商品に関する
アンケートを取りながら関連商品の
クロスセルを図る

購入時に、PCやスマホで回答で
きる「オンラインアンケート」
への協力依頼状を手渡し、
アンケート回答者には有料コン
テンツが一定期間無料になるな
どの特典を付与する

<ポイント>

アンケート内容として、一日の使用時間・一番よく開く場所・使用感等を聞く



ターゲット

行動内容

インサイト

(なぜその行動をしたのか?)

製品を購入した

- ・タブレットを利用したかった
- ・タブレット利用がより便利になる関連商品の必要性は認識していない可能性もある

施策の目的

- ・関連商品のクロスセルによる売り上げ増加
- ・顧客情報の取得

課題や仮設

- ・コンタクト情報が取れていないので関連商品のレコメンドができない
- ・関連商品を訴求したい

手段

店頭手渡しの「オンラインアンケート協力依頼状」を通じた顧客情報獲得

施策案詳細

【女性向け】関連商品の女性の使い方を紹介するデザインコピーも、女性を意識したものにする

【男性向け】関連商品の男性の使い方を紹介するデザインコピーも、男性を意識したものにする

潜在顧客

見込顧客

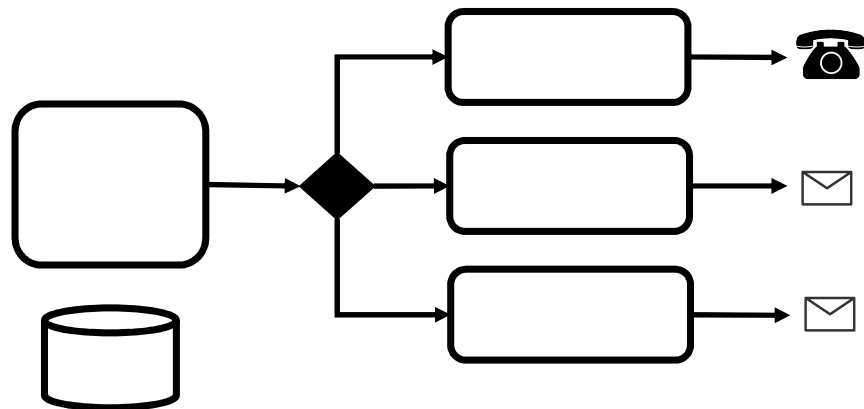
既存顧客

プログラム名

1 課題

2 ターゲットセグメント

3 施策概要



ターゲット

行動内容

インサイト
(なぜその行動をしたのか?)

施策の目的

課題や仮設

手段

施策案詳細