

上位顧客をもっと増やし、売上収益を拡大できます！

成功事例を再現するデータ分析サービス "CRM Power-Module No.3"

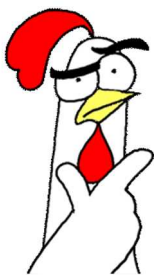
上位客対策ダブル



上位顧客が増えない事象には「2つの要因」が考えられます。

1 そもそも上位顧客の 特定方法に誤差がある

過去に複数回の購入や高額な購入実績があったとしても、今後の購入実績が不十分なら上位客ではありません。そもそも上位客の選定基準がズレていたら高い成果は期待できません。

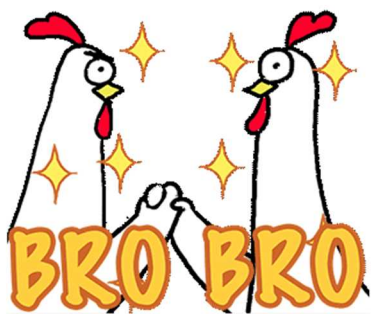


2 ランクダウンを防ぐ 対策を講じていない

上位客もすべてのお客様が継続購入してはくれません。アクティブ客にランクダウンしそうなお客様を特定できれば、対策を講じることができます。これぞ CRM・LTV 施策です。



両方向からダブルのアプローチで、取り組みの成果はトリプル！



① 的確な引上対象者特定で成果を増幅

② ランクダウン懸念客を特定し減少予防

③ 翌期の上位客増加で売上・収益アップ



RFM とは異なる分析手法を採用

上位客対策ダブルが効果的な理由

上位客対策ダブルの顧客購買力分析は今後期待できる売上を識別することを目的として、初回購入日以降の受注・出荷・返品の実績を多重解析しています。「購入間隔」を評価要素に組み入れている点も高い効果が期待できるポイントの1つでしょう。

RFM 分析でも施策単体であれば一定程度の成果は期待できますが、連続した CRM・LTV 施策は不得手です。

分析用のデータを出力するだけ

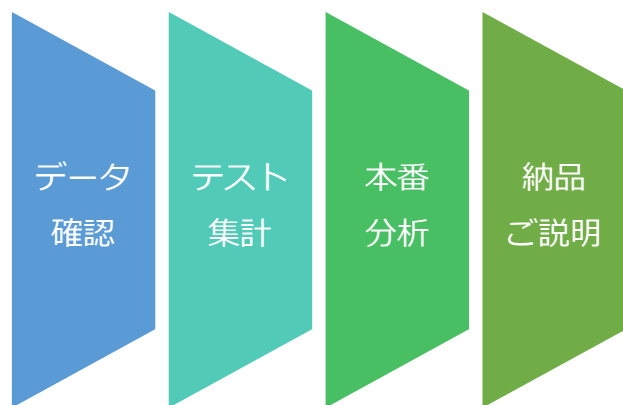
休眠対策ダブルの納品物は？

休眠対策ダブルは、成功する具体策を再現することが目的です。具体策の再現に必要な情報を過不足なく納品致します。

- 分析担当からのご説明（対面 or Online 会議）
- 顧客分析レポート（PDF ドキュメント）
- ターゲット件数表（PDF ドキュメント）
- ターゲットの顧客番号（CSV ファイル）



ご利用までの手順・ご用意いただく分析用データ



次の4つのデータを CSV 形式でご用意ください。

- **購買実績データ**：5年以上の期間を推奨します
※受注・出荷・返品実績が記録されたデータ
- **商品マスター**：商品の種別判定に使用します
※販売商品と販促品・送料・手数料等を識別します
- **顧客マスター**：対象者の特定に使用します
※顧客番号以外の情報は一切必要ありません
- **媒体マスター**：媒体の種別判定に使用します
※購入媒体の特定と購入実績の集計等に使用します

【データ分析会社】

Trino-Links 株式会社トリノリンクス

東京都渋谷区神宮前 6-19-1 長野ビル 〒150-0001

電話：03-5466-7870 URL：<https://www.trino-links.co.jp>

Mail：ホームページのお問い合わせフォームをご利用ください。

【取次店様】