

お知らせ

3社共催の無料セミナー「新規獲得からLTV最大化のためのCRM戦略までリピート通販のための必勝マーケティング講座」 2017年12月6日(水) @デジタルガレージ

EC・通販の売り上げ構築のためには新規顧客の集客～LTV/リピート対策を行うことが必要ですが、どちらかに頼り切るだけでは売り上げを上げ続けることは絶対にできません。最近、サイト来訪者全員皆に同じコンテンツを配信しても反応が得られないので、いかに潜在層を顕在層へ、ゆくゆくは優良顧客に育てLTVを引き上げることが出来るのかキモになっています。最新の新規獲得方法とCRM(リピート売上)手法について、最新事例を交えお話しさせていただきます。本セミナー(お通常は有料で開催していますが、今回はどなた様も【無料】)となりますので、単品通販企業様の経営者・ご責任者様は是非お申し込みください!

【セミナー概要】

- 日時 : 2017年12月6日(水) 14:30~17:00
- 会場 : 株式会社デジタルガレージ 東京都渋谷区恵比寿南3-5-7 デジタルゲートビル9F
- 参加費 : 無料(事前登録制)
- 共催企業 : 株式会社E-Grant
株式会社ダイレクトマーケティングゼロ
株式会社デジタルガレージ

▼▼ 詳細とお申込みはこちらから ▼▼

https://peraichi.com/landing_pages/view/ig0kh

【プログラム詳細】

- 14:30~15:10
- 単品リピート通販における「LINE Ads Platform」の攻略方法
- 株式会社デジタルガレージ (ゲスト: LINE 株式会社)

LINEは若年からシニアまで幅広い層の生活インフラとして定着すると同時に、単品通販における新規獲得媒体としても無くてはならない存在となりました。昨年に開始されたLINEの運用型広告「LINE Ads Platform」は、この1年で媒体の仕様やアルゴリズムも大きく変化し、それに伴い最新の運用手法や最適なクリエイティブも変化してきています。今回は、ゲストとしてLINE株式会社の担当者もお招きして、LINEの今をお伝えするだけでなく、CV数を激増させる方法について事例を交えてご紹介いたします。

【1部】講師: LINE 株式会社 三節草 昂大

- ・LINEの直近の媒体データや動向
- ・LINE Ads Platformでは何が出来るの?
- ・直近の仕様変更や進化したアルゴリズムについて

お知らせ

【2部】講師：株式会社デジタルガレージ 川口 俊信

- ・LINE Ads Platform のパフォーマンスを最大にするための効果的な運用方法
- ・LINE Ads Platform における最適な動画クリエイティブ、LP の事例
- ・単品通販における「LINE Ads Platform」の成功事例

■ 15:15~15:55

- **【EC 通販事業者必見！】 成長 EC 通販企業が必ず行う！確実に「顧客 LTV を引き上げる」CRM・リピート施策とは？**
- **株式会社 E-Grant**

- ・ EC 通販 CRM とは
 - EC 通販 CRM とは？
 - なぜ CRM が必要なのか？
- ・ CRM で LTV を伸ばす企業の共通点
 - 成長する EC 通販企業の共通点
 - なぜ CRM に取り組めていない企業が多いのか？
- ・ EC 通販 CRM 「うちでのこづち」の特徴
 - うちでのこづち機能説明
 - CRM で重要なもう一つの視点
- ・ CRM で LTV を伸ばす具体的な6つの施策

成長する EC 通販市場において今後、新規顧客を獲得するマーケティング効率が良くなる事は考えにくい状況です。LTV（顧客生涯売上）を最大化する概念が浸透してくる中で、いかに EC・通販事業者として自社 CRM に取り組み施策を行っていくべきか。400 社以上の EC 通販事業者の CRM 支援を元に、今後追うべき KPI から具体的な CRM 手法（顧客分析-CRM 施策-効果検証）、成功事例までを分かりやすく公開いたします。

■ 16:05~16:45

- **2016 年度 売上伸長率ベスト3 企業独占 大手化粧品・健食通販をコンサルする DM0 メソッドを公開！**
- **年商 10 億超えの分かれ道！【リピート通販のための LTV 最大化「ゴールデンルート」必勝法】**
- **株式会社ダイレクトマーケティングゼロ**

単品通販の特に立ち上げ段階においては、新規客を集めることが最も重要です。しかし、売上を安定して伸ばし、年商 10 億を超えるためには、さらに重要なことがあります。それが、「新規顧客の引き上げ」と「定期顧客の獲得」です。多くの化粧品・健康食品を扱う通販企業を支援してきた実績をもとに、DM0 独自の理論を多数の事例をもとにご紹介します。

- ・ リピート通販企業が見るべき KPI とは？
- ・ LTV を最大化するための戦略「ゴールデンルート」を大公開
- ・ 見込み顧客をリピーターに転換させる！ 「F2 転換プログラム設計」の4つのSTEP
- ・ DM で顧客を説得する！ DM0 が提唱する独自の通販・購入理論「AMIDAS」に基づいたクリエイティブ事例紹介
- ・ 定期的継続率を上げる「ロイヤル顧客育成方法」とは？

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社デジタルガレージ セミナー運営事務局
e-mail : dgmt-pr@garage.co.jp