

## ファンを増やすためのダイレクトマーケティング 低コストでリピーターを獲得するコツを解説

### 通販業界特化型 4社共催セミナー 2月16日オンライン開催

株式会社コラボス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：茂木 貴雄、以下「当社」）は、ファンを増やし低コストでリピーターを獲得するためのダイレクトマーケティングのコツについて解説する通販業界完全特化型セミナー「2023年 ToDo リストを作ろう！」を、株式会社 BESW（本社：東京都台東区、代表取締役：田中 千晶）、株式会社ライフックス（本社：東京都港区、代表取締役：工藤 一朗）、合同会社マジワン（本社：福岡県福岡市、代表：永瀬 晃大朗）と4社共催で、2023年2月16日（木）14時00分に無料オンライン開催いたします。



#### ■背景

近年、インターネットの普及により、テレビ広告市場とインターネット広告市場は逆転し、広告は、広告主が伝えたいことを一方的に伝える時代から、ユーザーが見たいもの、知りたいことを個別に伝える時代へと変化しています。

そのような状況の下、鍵を握るのがダイレクトマーケティングです。これは、企業が顧客と直接コミュニケーションをとりながら購入を働きかける手法で、CM や新聞等で一方的に発信するマスマーケティング

グとは異なり、顧客のレスポンスをふまえ、相手のニーズに合わせてマーケティングを行うことができます。従来は、主に通信販売で活用されてきましたが、近年では、業種を問わず EC サイトや店舗等で広く活用されています。

代表例としては、EC サイトや SNS 等によく使用されるレコメンデーション（購入した商品や検索した商品にあわせて、顧客が必要としているものを表示すること）や、企業からチラシやカタログ、サンプル品等を直接郵送する DM、見込み顧客にメールマガジン等の E メールを配信する方法、そして、SNS 上に企業アカウントを作り、情報発信やプロモーション、ユーザーとのコミュニケーションを行う方法等があります。

本セミナーでは、4 社が共催し、ダイレクトマーケティング業界の情報を知りたい方、通信販売戦略等の年間計画の立案にかかわる方、SNS 集客を強化していきたい方等を対象として、まず第一部の「2022 年通販ニュースを振り返り & 2023 年の変化とは」で、2022 年のニュースを振り返ります。そして、それを踏まえて、第二部以降は、2023 年にやるべきことの「To Do リスト」を作成するために、「ダイレクトマーケティングの効果を上げる AI 顧客分析」、「SNS での認知拡大が上手くいかないワケ・成功する方法を大公開!」、「顧客とより繋がれる! LINE とチャットボットを活用したデジタルコミュニケーション戦略」について解説します。

## ■セミナー概要

テ ー マ 通販業界完全特化型セミナー 「2023 年 ToDo リストを作ろう!」

開 催 方 法 Zoom ウェビナーにて開催

開 催 日 程 2023 年 2 月 16 日 (木) 14:00~15:30

参 加 費 用 無料

参 加 方 法 セミナーを視聴するには 事前にお申込みフォームよりご登録下さい

お申込みいただいた際のメールアドレス宛にセミナーの URL をお送りします

お申込みフォーム <https://00m.in/8Glgh>

主 催 株式会社コラボス、株式会社 BESW、株式会社ライフックス、合同会社マジワン

## ■登壇者について

### 第一部 (14:05~14:25)

ディスカッション①2022 年通販ニュースを振り返り & 2023 年の変化とは

近年、より変化の早くなったダイレクトマーケティングの業界。商品開発- 広告- フルフィルメント等、すべての事柄の最新を追いかけ続けるのは大変になりました。今回は 2022 年のニュースを振り返り、大きなトレンドと今



後の変化を考えることで、今年1年は何をするべきかを考えるきっかけとなる情報を提供いたします。

<スピーカー>

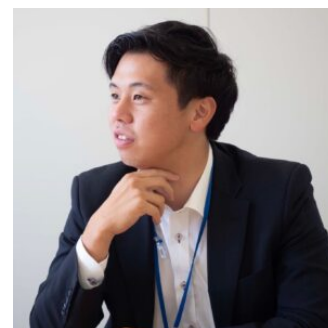
合同会社マジワン 代表 永瀬 晃大朗

2008年に株式会社ファインドスターに入社、2014年よりクリエイティブ局の局長に就任。以降、グループ会社の立ち上げに参画し、2017年より独立。販売に総合的にかかわる企画立案や、商品のコンセプト提案から企画を手掛ける。オフラインとデジタル、新規顧客獲得のための広告と顧客フォローのクリエイティブ等、垣根を設けず幅広い知見を持つ。

## 第二部 (14:25~14:45)

### ディスカッション②ダイレクトマーケティングの効果を上げる AI 顧客分析

「AI」「ビッグデータ」は、企業における重要なビジネス戦略となっているデジタルトランスフォーメーションの技術の一つとして位置付けられています。通販企業等においては、顧客別の購買データ・属性データ等の過去のビッグデータを活用し、AI分析することで、顧客の未来の行動を予測することが可能になり、マーケティングの効率化を促進しているケースも多いです。今回のセミナーでは、AI顧客分析の必要性、AI顧客分析の方法、当社がご提供するAI顧客分析について、事例を含めてご紹介いたします。



<スピーカー>

株式会社コラボス 三ノ宮 聖弘

クラウド型CTI、CRM等コールセンターシステムの販路拡大を促進するため新規営業を経験。現在は、セミナーの企画、登壇を中心にAI解析サービス「GOLDENLIST」や新規事業のセールスを担当している。

## 第三部 (14:45~15:05)

### ディスカッション③SNSでの認知拡大が上手くいかないワケ・成功する方法を大公開！

通販サイトにおいて、もはや必要不可欠な存在となったSNS。SNS運用を成功させることにおいて必要なことは何でしょうか？ お洒落な写真を投稿する？ 流行りのダンス動画をだす？ それらも確かに1つの「バズ」るコンテンツかもしれませんが、しかし、「バズ」で終わらせることが皆様のゴールでしょうか。いいえ、違うはずです。「バズ」らせたその先に、認知拡大・発注・成約等、本来のSNSを活用すべき目的があるはずです。そして、それを達成するためには、お洒落な写真でもダンス動画でもなく、KGI・KPI設定の管理、「データ」を



もとにした PDCA サイクルを継続的にまわす仕組みが必要不可欠です。

今回のセミナーでは、戦略・戦術部分に分け、戦略パートでは業種に合わせた SNS 選定とその活用事例、リンク先のクリック率 UP へ繋げるアカウント設計等、戦術パートでは効果的なハッシュタグ選定方法、基礎的なマーケティング分析思考、顧客育成へ繋ぐメッセージ術等ご紹介いたします！ぜひこの機会にご参加ください！

<スピーカー>

株式会社 BESW 代表取締役 田中 千晶

2009 年、大学在学中に会社を設立し、1 年半で大手企業、中小企業 50 社と取引をする。

Web プロモーション支援を得意とし、特に SNS 活用支援で多くの実績をもつ。2012 年から全国各地でセミナーを精力的に実施。シリコンバレーの Facebook 本社や Twitter 本社へ毎年出向いて直接 SNS の最先端情報を仕入れてきている。

角川出版社、マイナビ社、技術評論社、翔泳社、インプレス社でマーケティング支援の書籍を 6 冊出版。連載も 7 社で行う。自身のラジオ番組、パーソナリティとしても活動し、SNS の最新情報を届けている。

#### 第四部 (15:05~15:25)

#### ディスカッション④顧客とより繋がれる！LINE とチャットボットを活用したデジタルコミュニケーション戦略

昨今、EC 通販業界では、新規顧客 1 件あたりの獲得コスト (CPA) が上昇傾向にあると言われています。アフターコロナの今後、そして、広告規制が強まる今の状況下において、いかにリピート顧客を育成していくか、最重要 KPI は「LTV」と言われています。では、どのような戦略で取り組んだら良いのでしょうか？ キャンペーンや広告を打ち続けるやり方では戦えません。より消費者に選んでもらうブランドであり続けるため、コミュニケーションを活性化させる戦略や独自の取り組みが今後要となってきます。



本テーマでは、LINE やチャットボットを活用したコミュニケーション戦略について解説いたします。

<スピーカー>

株式会社ライフックス 執行役員兼 Marketing Division General Manager 高井 真吾

2005 年にコールセンターベンダーに入社し現場での経験を経た後、営業副部長として新規営業及び既存ソリューション提案に従事。通販企業、D2C 企業のコールセンターの立ち上げ及び運用を 200 社以上行い、様々な運用改善及び運用マネジメントを行う。2021 年ライフックスに入社。コールセンター構築・改善からフルフィルメントを中心に、ブランディング、新規獲得におけるマーケティングから既存顧客における CRM まで一気通貫で支援している。LINE の CRM ツール『LineON (ラインオン)』のサービ



ス責任者として、人とデジタルのハイブリットな次世代型コミュニケーションセンターの実現に向けて取り組んでいる。

**【株式会社コラボス 会社概要】** ( <https://www.collabos.com/> )

本 社：東京都千代田区三番町 8 番地 1 三番町東急ビル 8 階

設 立：2001 年 10 月 26 日

代 表 者：代表取締役社長 茂木 貴雄

事業内容：当社は企業等で利用されるコールセンターシステムを開発し、日本で初めて月額料金制のクラウド型で提供した会社です。300 席超えの大規模コールセンターから 5 席前後の小規模コールセンターまで、これまで約 960 拠点の導入実績があり、常時 11,000 席以上が稼働しています。(電気通信事業者：届出番号 A-13-5032)

**【株式会社 BESW 会社概要】** ( <https://bes-japan.co.jp/> )

本 社：東京都台東区浅草橋 5-23-6 KAMAYA ビル 3 階

設 立：2016 年 7 月 7 日

代 表 者：代表取締役 田中 千晶

事業内容：当社はインターネットのホームページの企画、設計、開発、販売、運用および保守に関する業務等を展開している、マーケティングプロジェクトを成功させるスペシャリスト集団です。

**【株式会社ライフックス 会社概要】** ( <https://lifex-group.co.jp/> )

本 社：東京都港区赤坂 6 丁目 13-13 エスト・グランディール CARO 赤坂 1F

設 立：2009 年 2 月

代 表 者：代表取締役 工藤 一朗

事業内容：当社は、長く愛されるブランドを共創し、最適なマーケティング施策で事業成長に貢献するマーケティング・プロデュースカンパニーです。300 社以上を支援してきた実績をもとに、戦略設計から施策実行まで一気通貫でサポートします。

**【合同会社マジワン 会社概要】** ( <https://mgwn.jp/> )

本 社：福岡県福岡市博多区博多駅前 2 - 1 9 - 1 トーカン博多第 5 ビル 312 号室

設 立：2018 年 7 月 2 日

代 表 者：代表 永瀬 晃大朗

事業内容：当社は、ダイレクトマーケティング・セールスプロモーションを中心としたプランニングエー

ジェンシーです。「売る」という現場での企画を通じ、実行に移し、成果を得るサポートをいたします。

**【本件に関する問い合わせ先】**

株式会社コラボス 広報担当：多田（ただ）

メール：ir@collabos.com