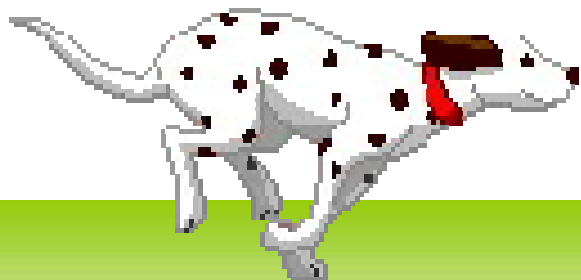


「眠った顧客が
目を覚ます！」

通販戦略
の秘密



高屋敷 哲雄



生年月日 : 1948年4月20日

出身地 : 大分県中津市

学歴 : 同志社大学経済学部卒

経

ネススル日本	: 営業、販売促進、マーケティング
レミー・ジャポン	: 営業及びマーケティング
ピュリナ・ジャパン	: 新規食品事業の立上げ
ゲラン	: 営業本部の統括責任
ヒルズ・コルゲート	: 日本市場担当社長
ラバーメイド	: ジョイントベンチャー日本代表
ダマール	: 代表取締役、経営全般

事業
戦略

経営
戦略

外資系7社

マーケティング
戦略

営業
戦略

7 社

残っている
会社は・・・

3 社 !



変化が常態



どんな
変化？

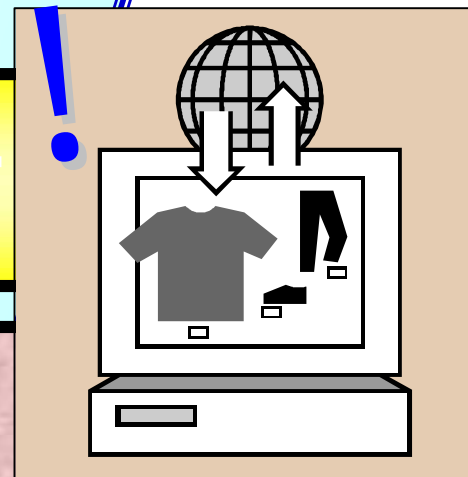


変化が常態

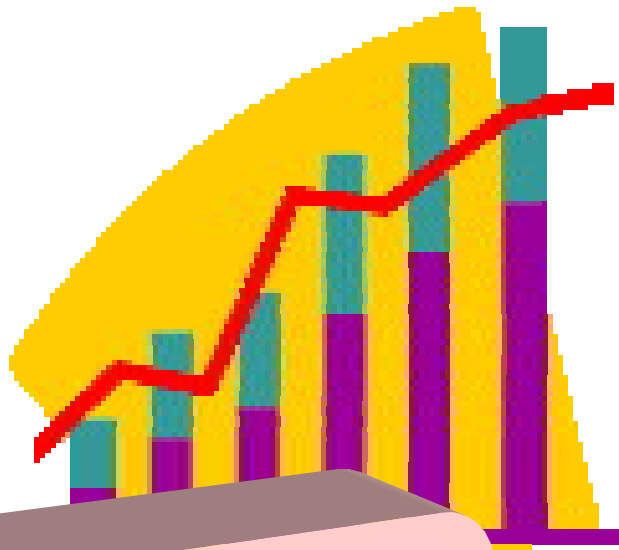
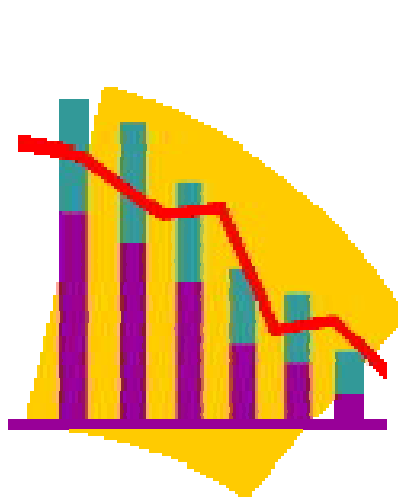


普通の発想で

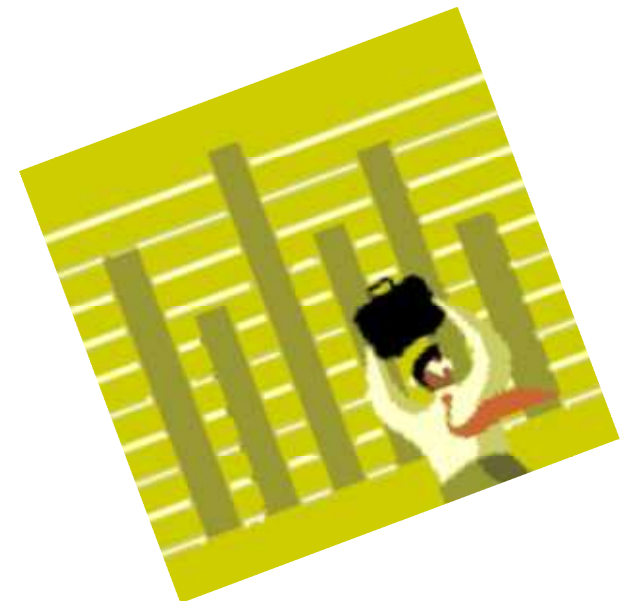
は売れない!



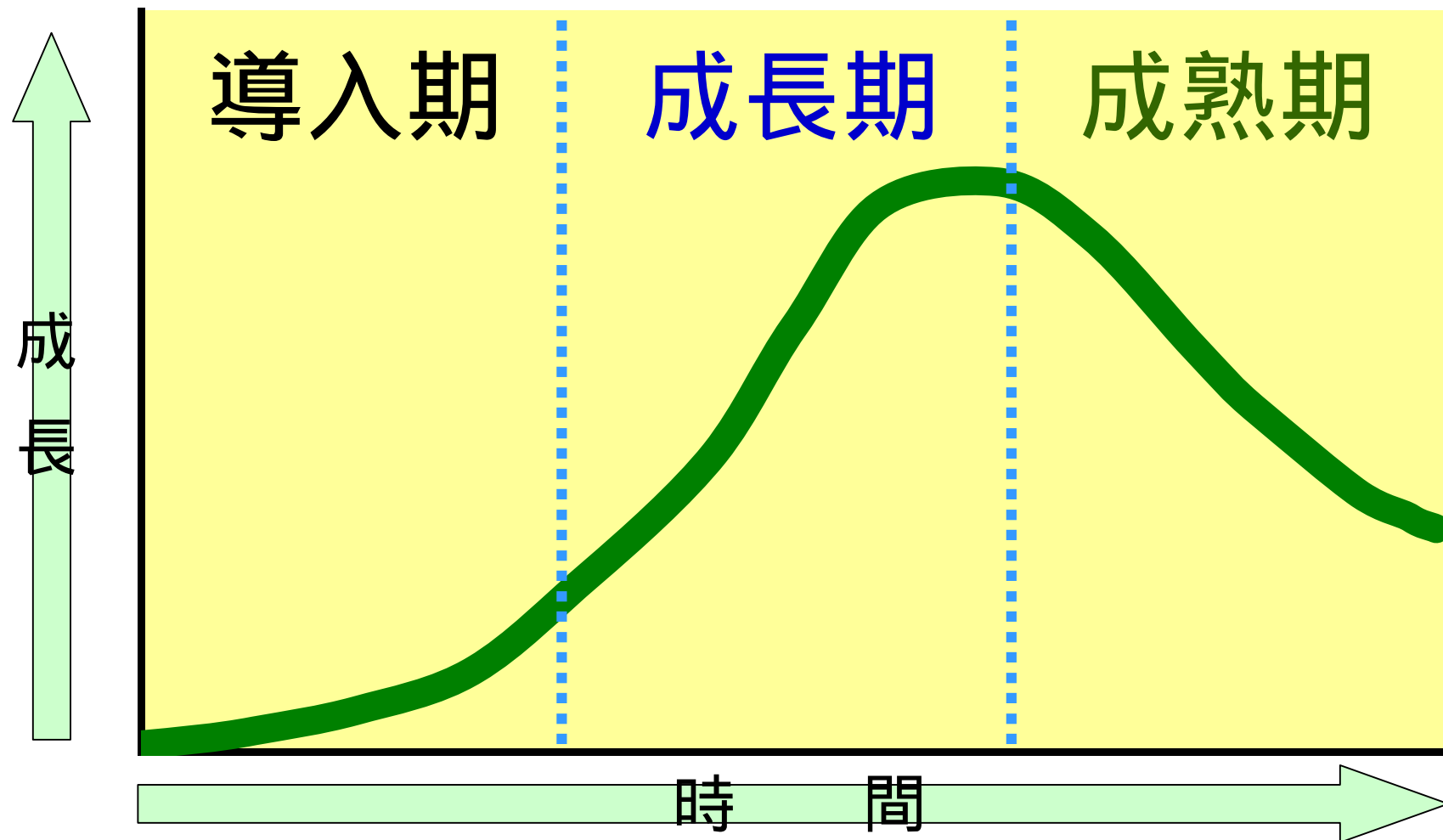




会社（顧客）
の将来性は？



市場変化とは・・・！



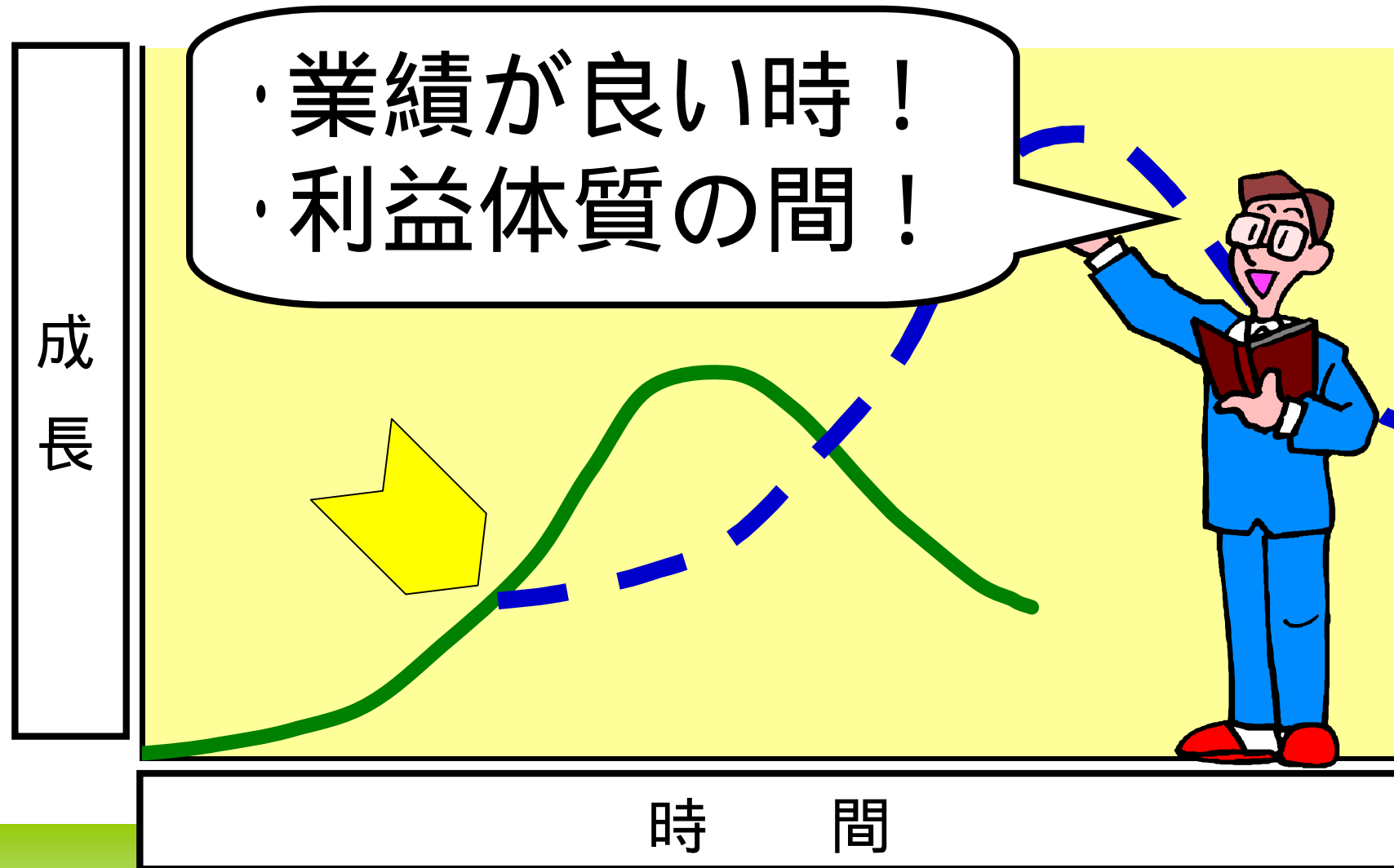
市場変化とは・・・！

導入期：新商品登場、市場認知、商品
開発コスト大、収支は赤字

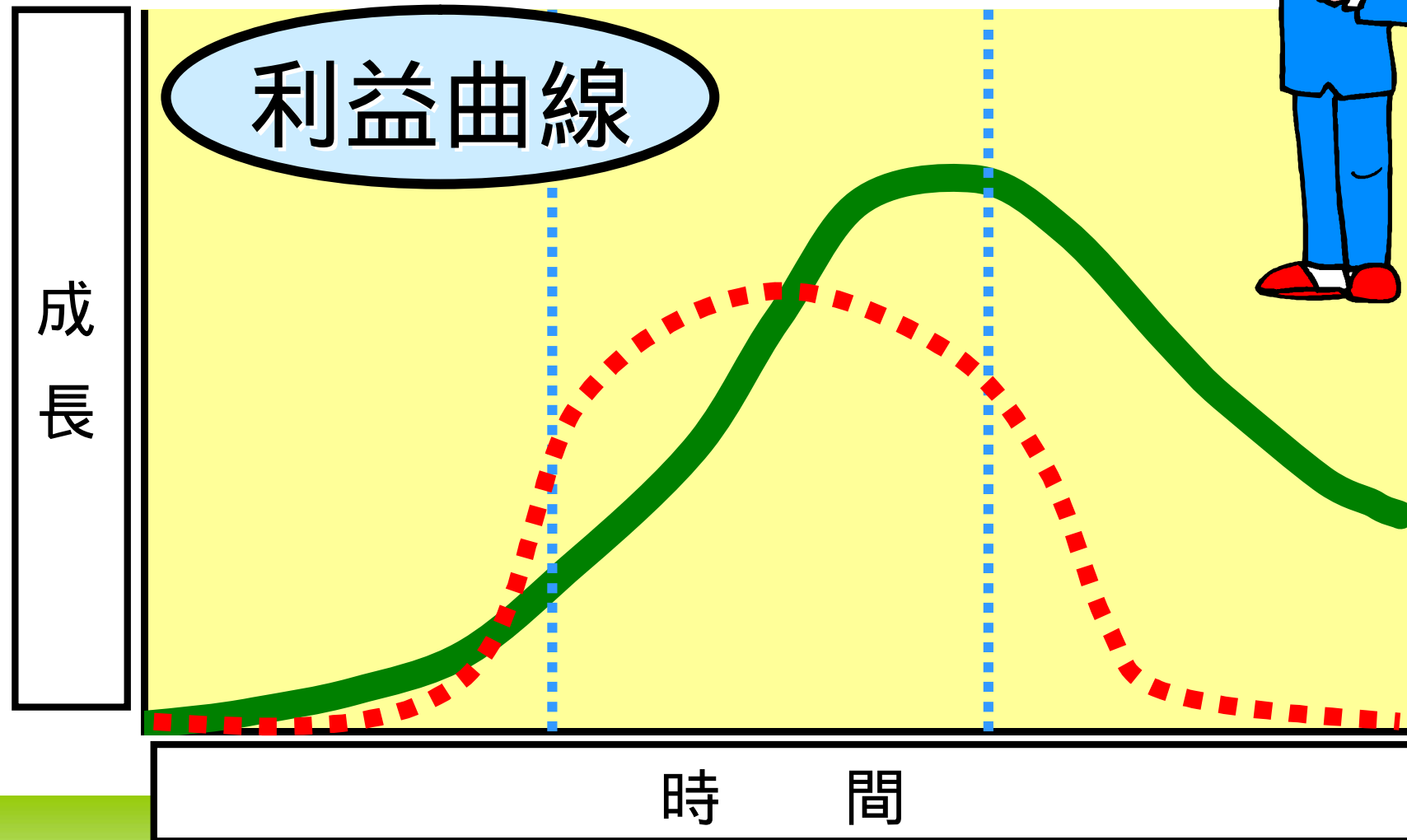
成長期：2桁成長、売上拡大、競合参
入、値崩れ、黒字に転換

成熟期：業界内淘汰、競争格差、商品
開発コスト増加、黒字幅減少

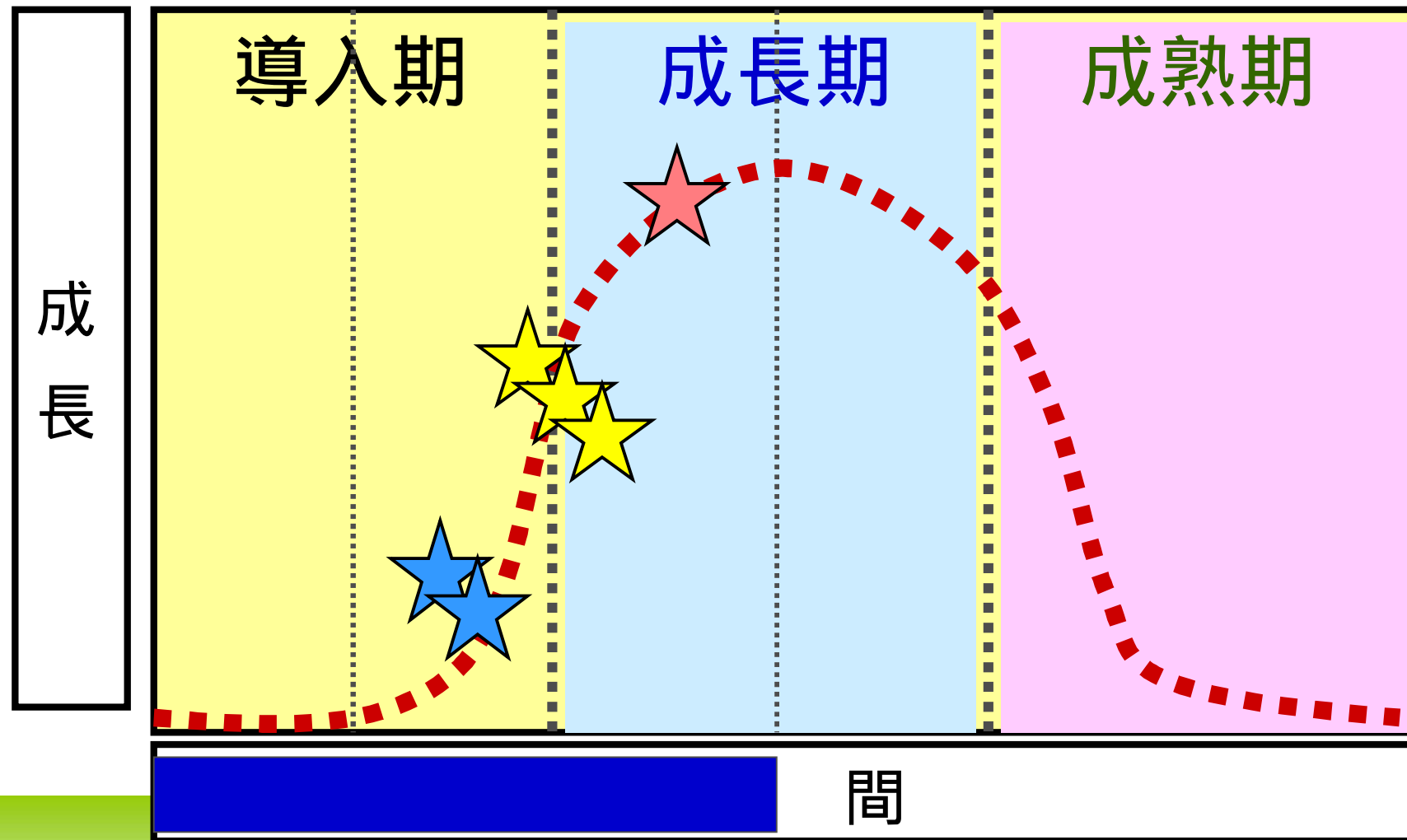
市場変化とは・・・！



市場変化とは・・・！



市場変化とは・・・！



市場変化とは・・・！

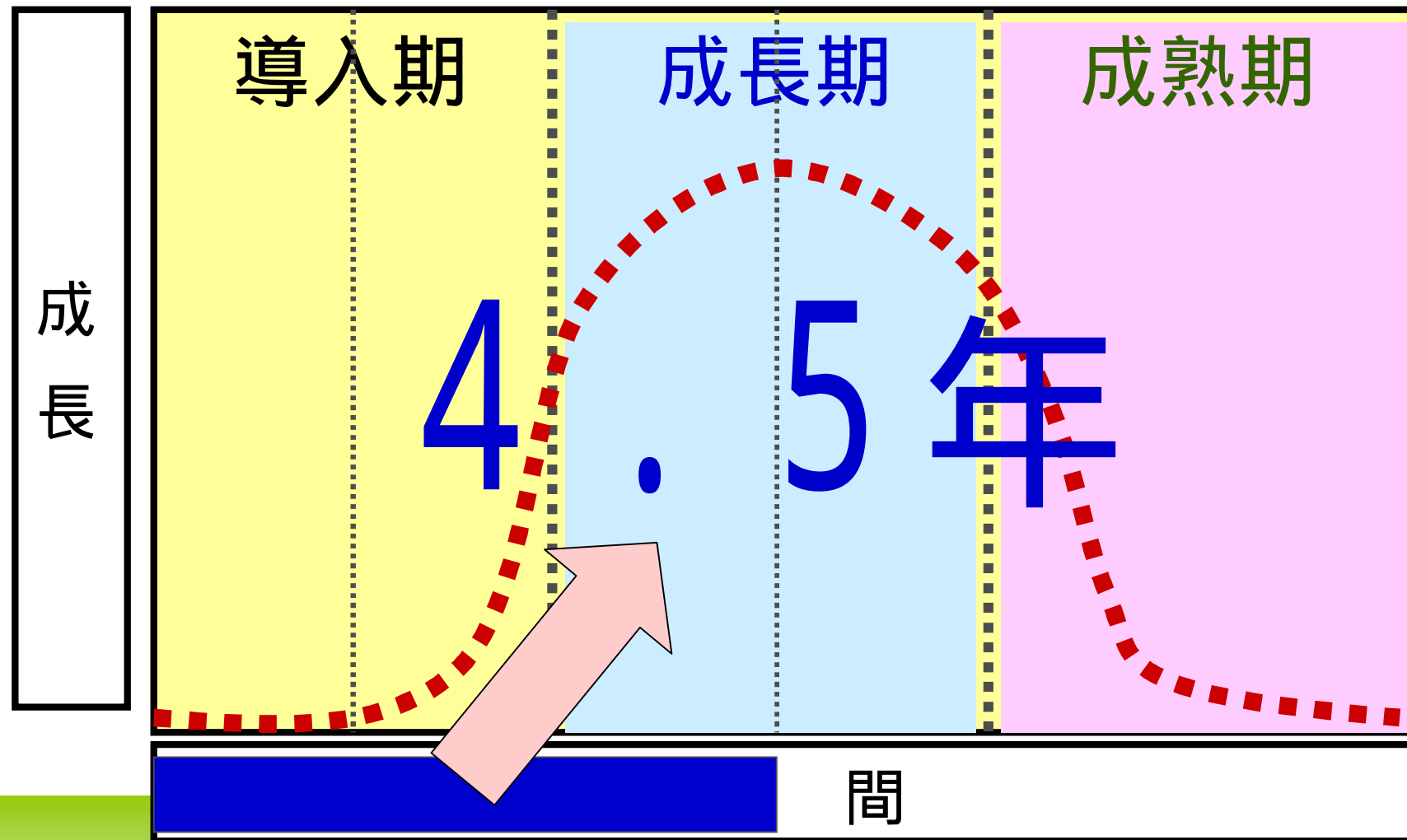
導入期：パイオニア企業が始めて、新商品で参入

成長期：競合参入、市場成長が2年超え、市場価格下落

成熟期：各種新商品登場、競争格差で市場撤退企業あり



市場変化とは・・・！



「顧客」を
科学する！



ダイレクト
マーケティング



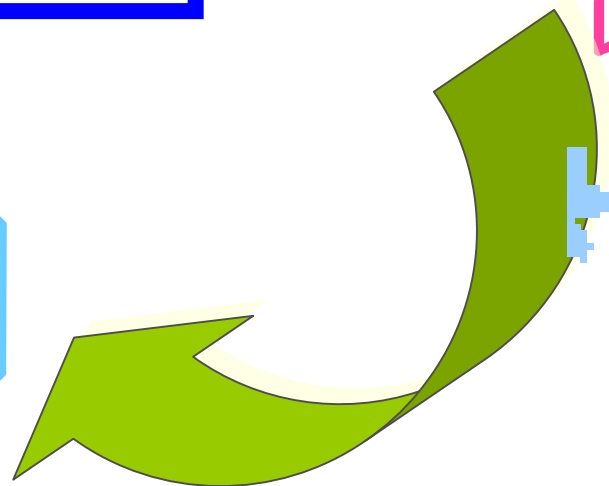
通販チャレンジ

- ・顧客 (Customer)
- ・商品 (Company)
- ・競合 (Competitor)



通販チャレンジ

顧客



通販チャレンジ

顧客



既存顧客
新規顧客
休眠顧客



通販チャレンジ

- ・商品の販売
- ・来店促進
- ・販売サポート
- ・市場調査



- ・顧客リスト収集
- ・情報提供
- ・フォローアップ
- ・メディア・ミックス



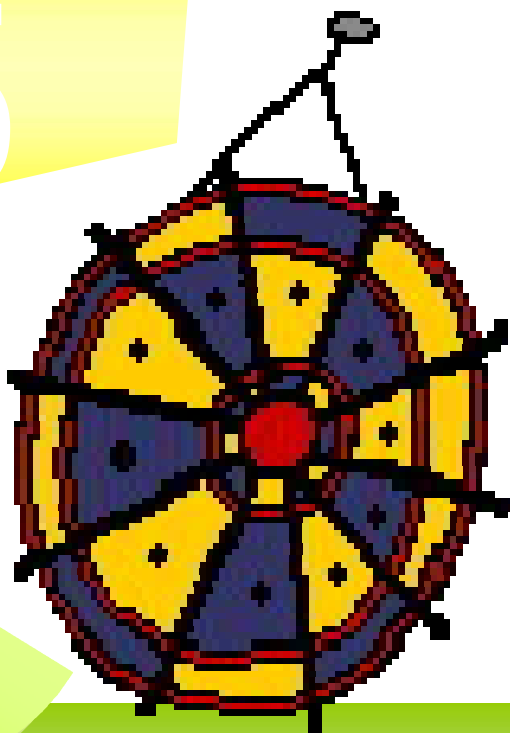
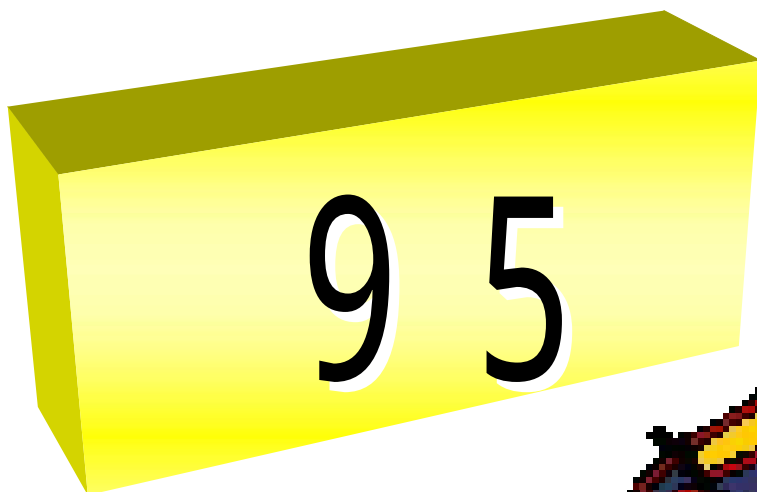
通販チャレンジ

- ・個人的な対応が可能
- ・対象顧客を選べる
- ・好きな時に発送が可能
- ・他社と競合しない



- ・直接販売に結びつく
- ・反応が早い
- ・各種分析が可能
- ・予算規模が自由に設定

通販チャレンジ



通販チャレンジ

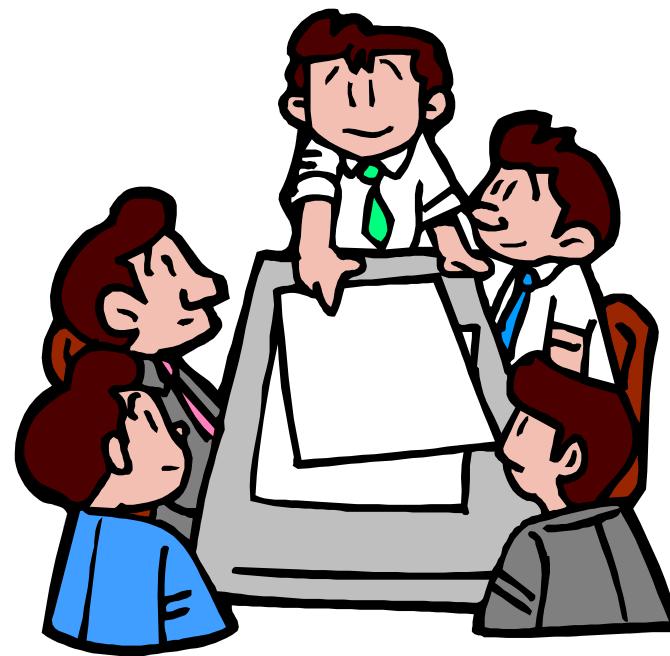
- ・「誰」に送るか？
- ・「何」を送るか？
- ・「どのように」送るか？



コンポーネント

- ・外封筒
- ・手紙
- ・カタログ
- ・注文書
- ・フライヤー

戦略



コンポーネント

企画例

外封筒



- ・外観仕様
- ・ティーザー
- ・ドア・オープナー
- ・アクション・コピー
- ・特殊封筒

通販チャレンジ

カタログ
コンポーネント

レスポンス
が全て！



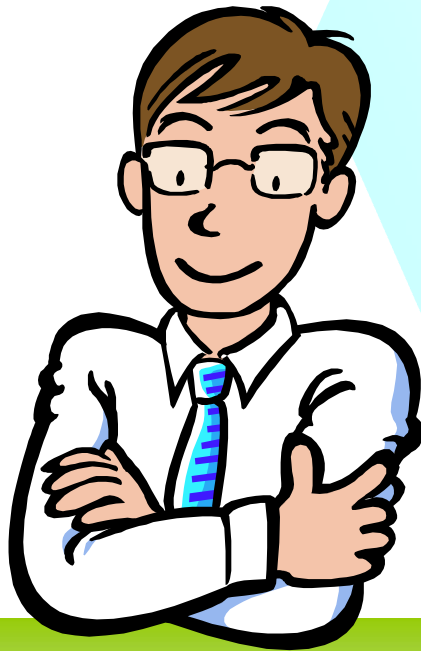
「顧客」を科学する！

顧客の法則

顧客



顧客は
少なく！

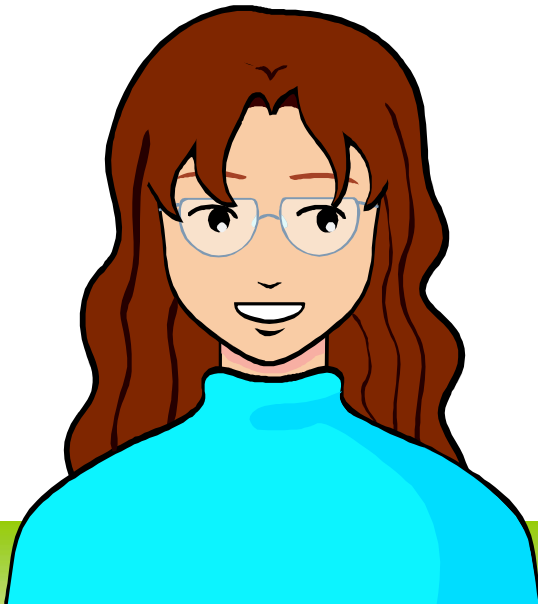


顧客を
選ぶ会社



顧客に
選ばれる

顧客を
選ばない
会社

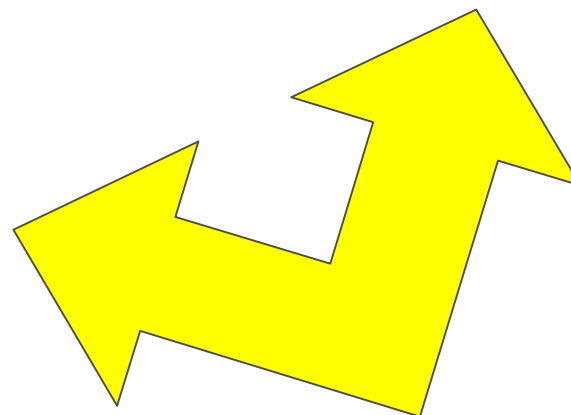


顧客にも
選ばれない

通販チャレンジ

顧客

顧客リスト



通販チャレンジ

顧客



ハウス
リスト


外部リスト

通販チャレンジ

ハウスリスト

各企業が独自に保有しているリスト

- ・小売店来店者リスト
- ・病院患者リスト
- ・上場会社株主リスト


- 
- ・デパート顧客リスト
 - ・カード会社会員名簿
 - ・販売会社購入者リスト
 - ・銀行の預金者リスト
 - ・保険会社契約者リスト

通販チャレンジ

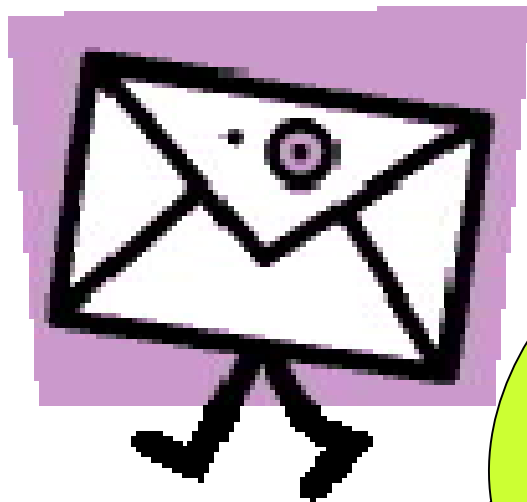
外部リスト

リスト業者が保有し、売買されているリスト

- ・一級建築士リスト
- ・大企業役職者リスト
- ・IT技術者リスト

- 
- ・医師・歯科医リスト
 - ・弁護士リスト
 - ・高額納税者リスト
 - ・大学生リスト
 - ・ゴルフ会員リスト

通販チャレンジ



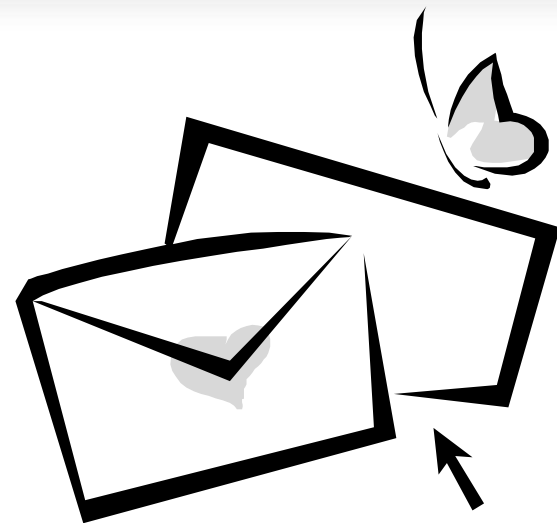
リスト絞込み
达成的か？

ウスリスト

外部リスト

通販チャレンジ

優良顧客
を最大に！



通販チャレンジ

- ・顧客を定義
- ・顧客を特定
- ・顧客を確定



通販チャレンジ



セグメン
テーション

プロファイ
リング



通販チャレンジ



セグメン
テーション

リストを属性に
基づき戦略的
に絞り込む



セグメンテーション



Diagram illustrating the four factors of segmentation (セグメンテーション) arranged in a 2x2 grid. The factors are: 地理的要因 (Geographical Factors) in a yellow box (top-left), 人口的要因 (Demographic Factors) in a light blue box (top-right), 心理的要因 (Psychological Factors) in a pink box (bottom-left), and 行動的要因 (Behavioral Factors) in a green box (bottom-right). The boxes are interconnected by a network of colorful, hand-drawn lines in yellow, blue, green, and pink. Additionally, there are several hand-drawn faces in various colors (yellow, blue, green, pink, orange) scattered around the boxes, some appearing to peek over the top edges.

地理的要因

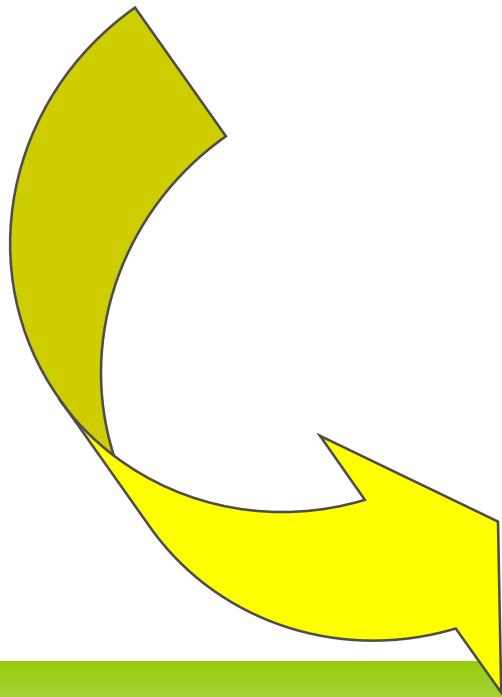
人口的要因

心理的要因

行動的要因

セグメンテーション

地理的要因

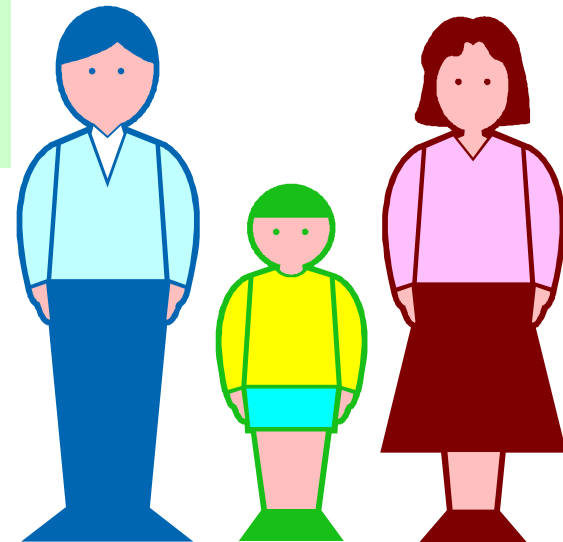


- ・国、都市
- ・県、市町村
- ・気候
- ・人口

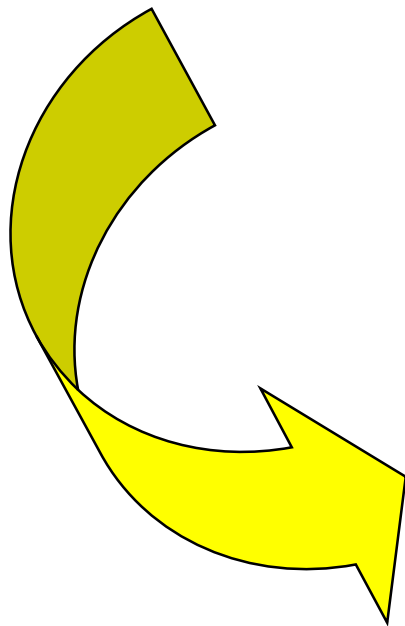


セグメンテーション

人口的要因

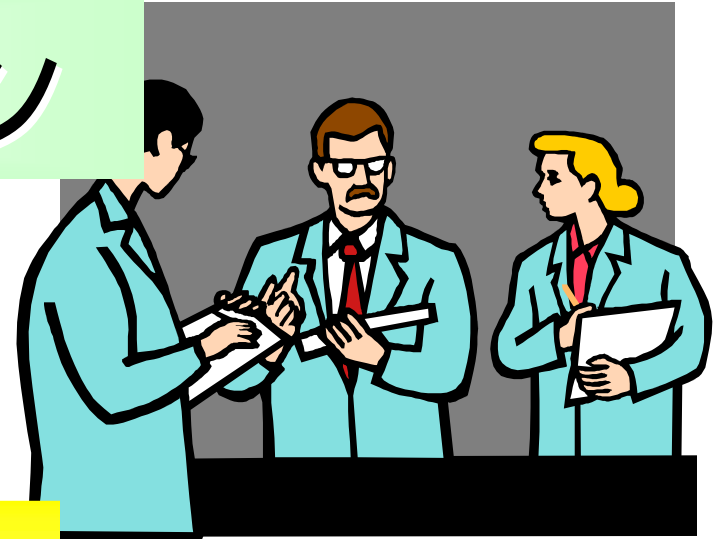


- ・年齢 / 性別 / 家族
- ・収入 / 職業 / 学歴
- ・宗教 / 人種 / 国籍



セグメンテーション

心理的要因

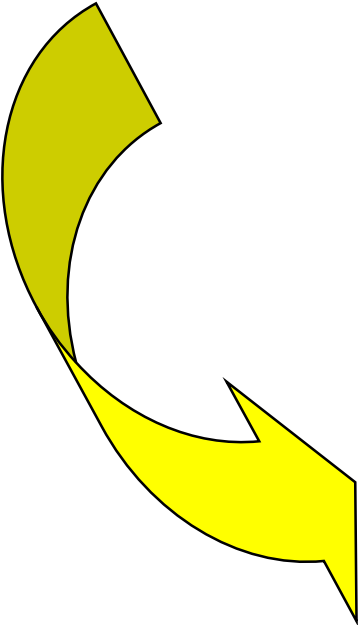


- ・社会階層(上流/中流)
- ・ライフスタイル
- ・性格(衝動的/社交的)

セグメンテーション

行動的要因



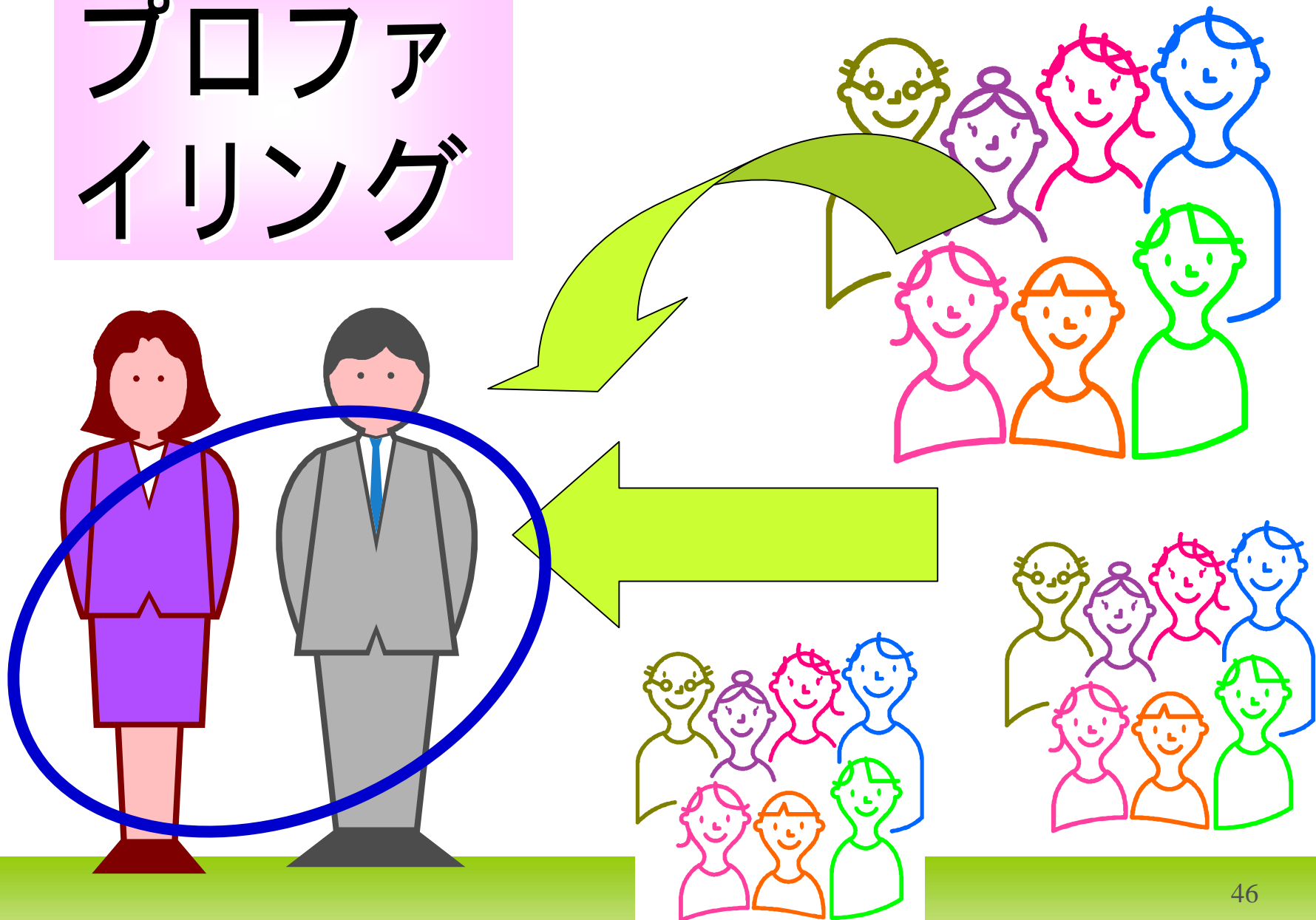
- 
- ・使用機会 / 使用頻度
 - ・使用者プロフィール
 - ・ロイヤルティー



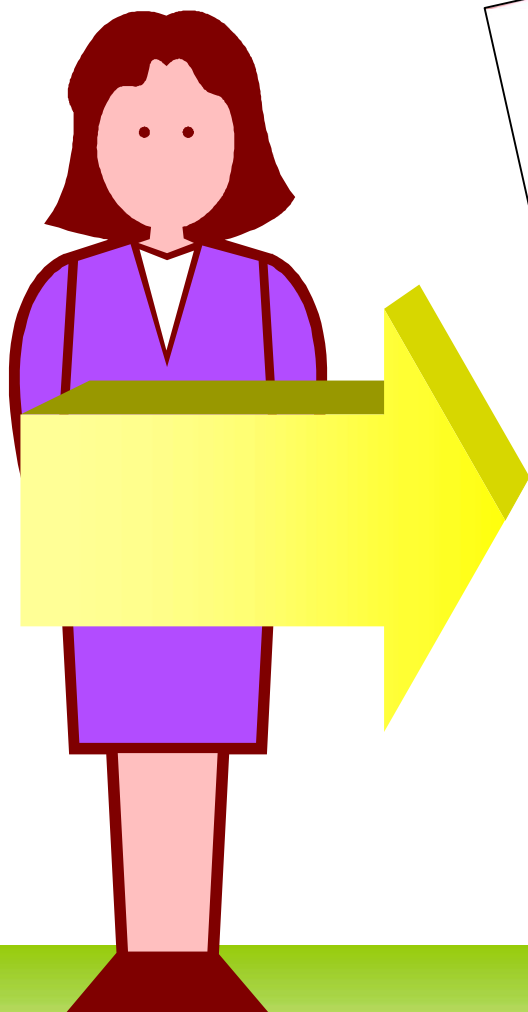
プロファイ
リング

顧客属性に
基づき戦略
的に定義

プロファイ リング



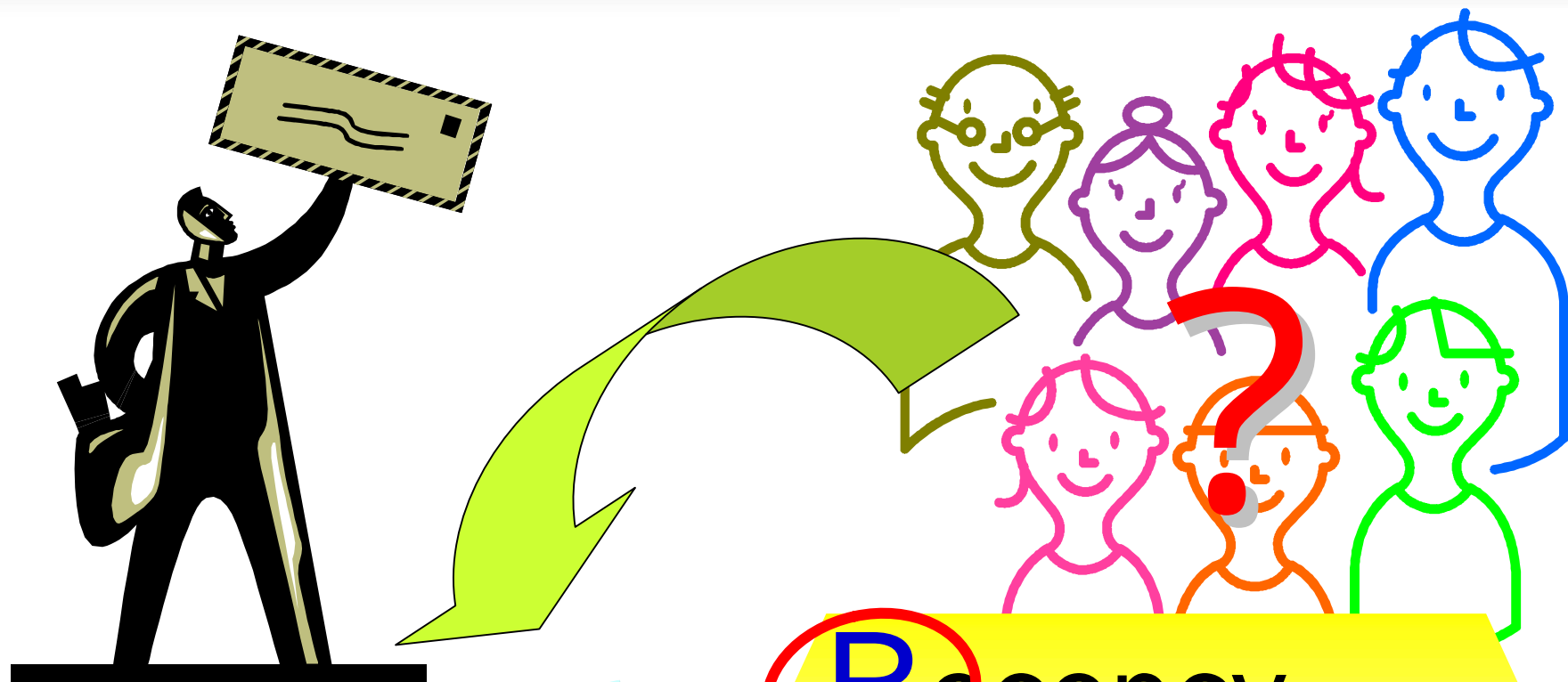
プロフィール





セグメン
テーション

プロファイ
リング



RFM

Recency
Frequency
Monetary

購入時期 (**R**ecency)

購入頻度 (**F**requency)

購入金額 (**M**onetary)

顧客が何時、何回、
どれだけ購入した
かを特定して、レ
イティング



RFM

F



R

	S1	S2	S3	S4	顧客	売上	利益	購買単価
No.15								
小計								
No.14								
No.13								
No.12								
No.11								
小計								
No.10								
No.09								
No.08								
No.07								
No.06								
No.05								
小計								
No.04								
No.03								
No.02								
No.01								
小計								
合計								

M

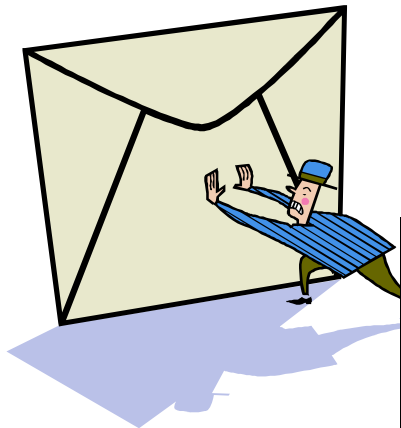
RFM

R



	S1	S2	S3	S4	顧客数	売上	利益	購買単価
No.15								
小計								
No.14	1	4	1	2	10	9	8	4
No.13								
No.12								
No.11	7	6	3					
小計								
No.10								
No.09								
No.08								
No.07								
No.06								
No.05								
小計								
No.04								
No.03								
No.02								
No.01								
小計								
合計								

メールリング・プラン



メール-A	メール-B	メール-C	メール-D	メール-E
72p	48p(X)	24p	ドライ	48p(Y)
ギフトA	ギフトB	ギフトC	ギフトB	ギフトC
MGM	MGM	MGM	-	MGM

S1	10,000					50,000
S2	20,000					100,000
S3	50,000					250,000
S4	30,000					150,000
合計	110,000	110,000	110,000	110,000	110,000	550,000

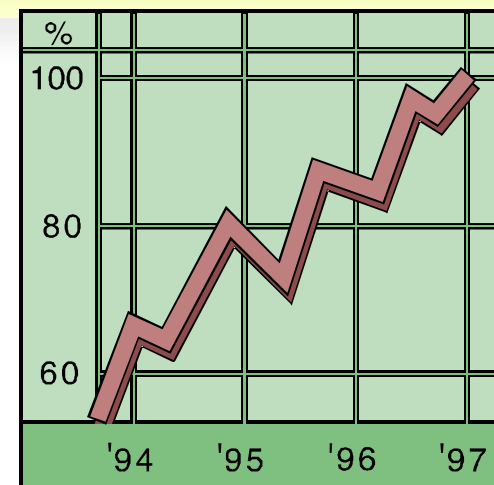
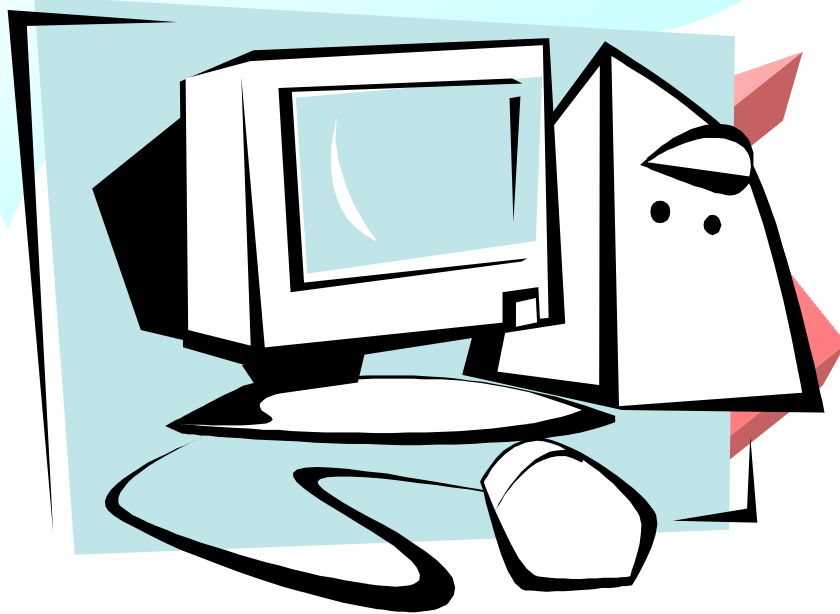
メールリング・プラン



メール-A	メール-B	メール-C	メール-D	メール-E
72 p	48 p (X)	24 p	ドライ	48 p (Y)
ギフトA	ギフトB	ギフトC	ギフトB	ギフトC
MGM	MGM	MGM	-	MGM

S 1	10,000					50,000
S 2	20,000		-			60,000
S 3	50,000	-		-		100,000
S 4	30,000	-	-		-	30,000
合計	110,000	30,000	60,000	60,000	80,000	240,000

優良顧客 を最大に！



顧客を
選ぶ会社



- ・顧客を定義
- ・顧客を特定
- ・顧客を確定



「戦略」を科学する！

商品の法則

商品の法則

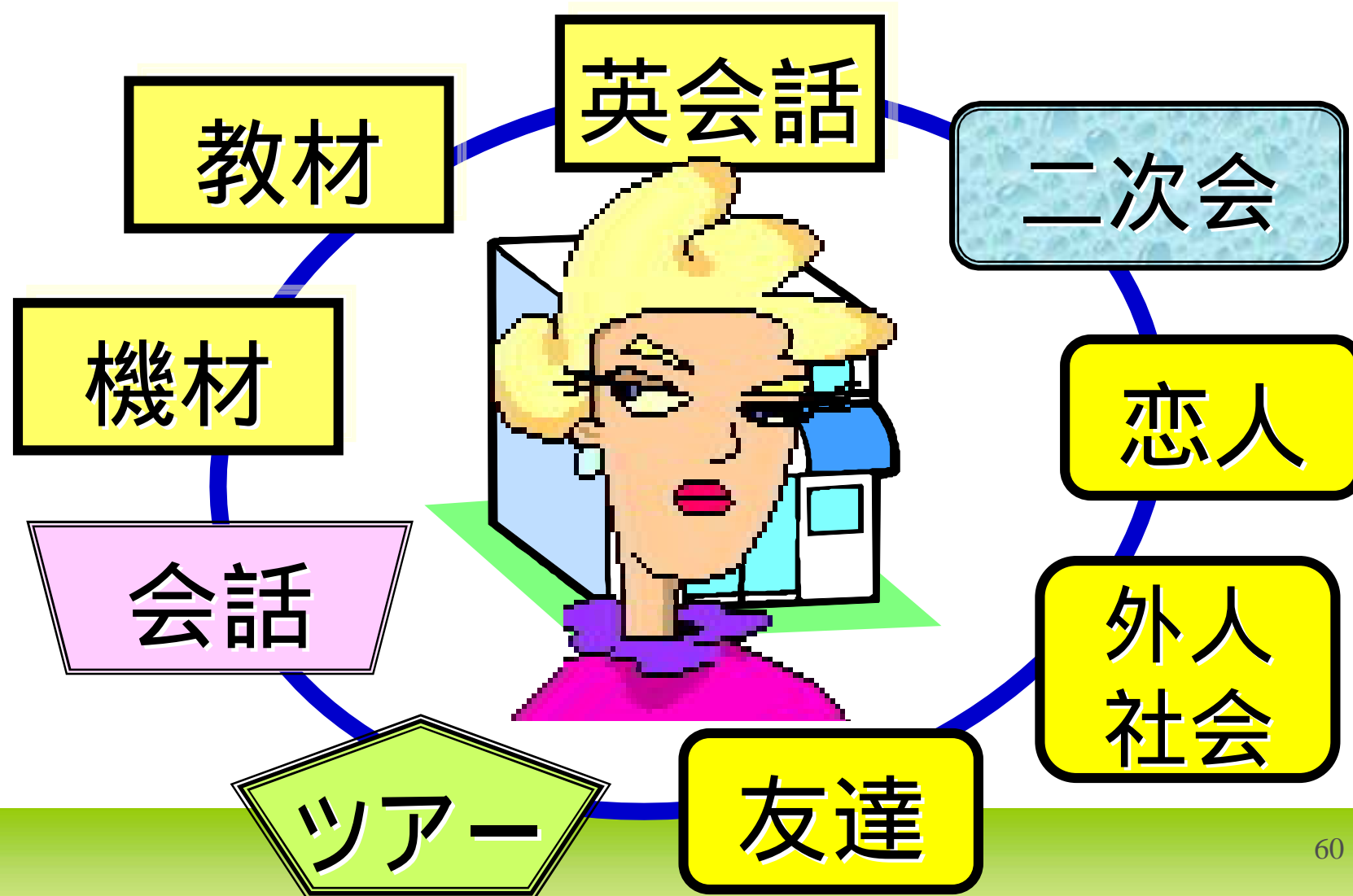
提供している
「商品」は何？

商品の法則

顧客が
評価している
「商品」は何？



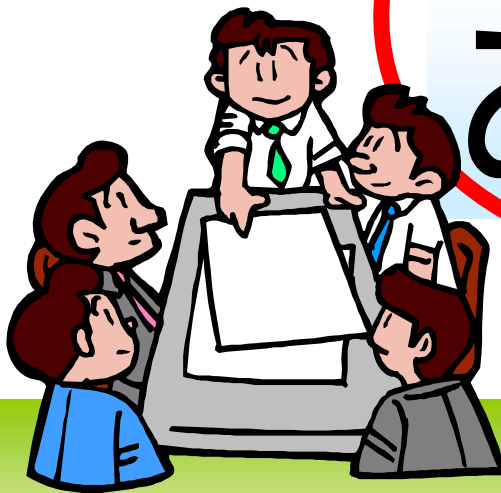
商品は「何」か？



商品の法則

商品

ニーズは
あるか？



ニーズはあるか？



ニーズ

必要か？

ウォンツ

欲しいか？

ニーズはあるか？

例えば
「車検」

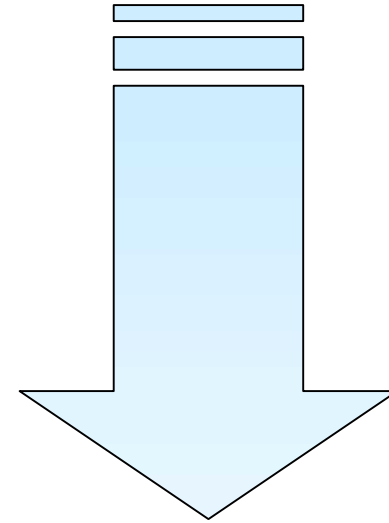


ウォンツ



戦術を創る！

何か良いアイデア
ないかしら？



考えることを
限定する！



商品の法則

商品

ニーズは
あるか？

顧客に伝
わるか？



顧客に伝わるか？



商品



使ってもら
えれば分る

一度来れば
絶対に分る

顧客に伝わるか？

顧客の知性を
信じない！

分らないもの
は買わない！



説明無しで
伝わるか？





それでは、
皆様・・・

3秒間！

イナバウアー

年金法案

拉致問題

団塊世代

永田議員

小泉首相

小子化問題

液晶テレビ

簡単なテスト

江幡社長

もう一度！
公認会計士

営業総利益

顧客に伝わるか？

3秒/3つ
の法則

事例紹介

伝えたいものは何か?

FANCL

**発芽のチカラが、
玄米をこんなに変えました。**
栄養たっぷり「発芽米」

独自の甘みがあって
香ばしい

注目の栄養素、
ギャバは玄米の約3倍!

白米と混ぜて
炊飯器で炊ける!

食物繊維、ビタミン、ミネラルなど、
お身体を応援する
栄養が豊富

ごはんは栄養がアップ!

白米のみ
白米2・発芽米1

**ファンケル発芽米
10万人お試しキャンペーン実施中!**

2004年
5月31日(月)
までの期間限定

今なら送料350円のみ
の負担でお試しいただけます。

発芽米を通販で初めてお申し込みのご家庭にセット1回限り
※お電話でのお申し込みの際は「キャンペーン」番号6H0084をお伝えください。

玄米以上の栄養を
手軽に!

発芽米のことが
よく分かる
「発芽米のイロハ」を
差し上げております。

発芽米 (500g)
キャンペーン商品番号 6H0084

フリーダイヤルで
(9:00~21:00)
年中無休
ご注文は裏面のハガキ
(お手紙型)または

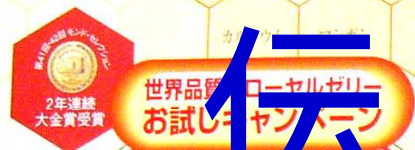
※携帯電話・PHSからも通話料金無料でご注文いただけます。
0120-30-2222 FANCL

確かな技術、確かな品質。

事例紹介

このローヤルゼリーの
お試しセットが、
人生を変えるかもしれません。

伝えたいものは何か？



世界品質 ロイヤルゼリー
お試しキャンペーン

「ローヤルゼリーキング」
お試しセット 1,050円 (税込) 送料 無料

本日より
1週間限りの
2大特典!!

ご注文番号: 5110
1箱 [3粒 x 6袋入]
お一人様1セットとさせていただきます。

もれなく

お申し込みの方に
「山田養蜂場のキャンディー」
をもれなく1袋プレゼント!

※送料は山田養蜂場が負担
いたします。

採取、約3倍
天然栄養力アップ

ご注文番号: 560

ローヤルゼリーキング
7,140円 [100粒入]
(消費税込・送料無料)

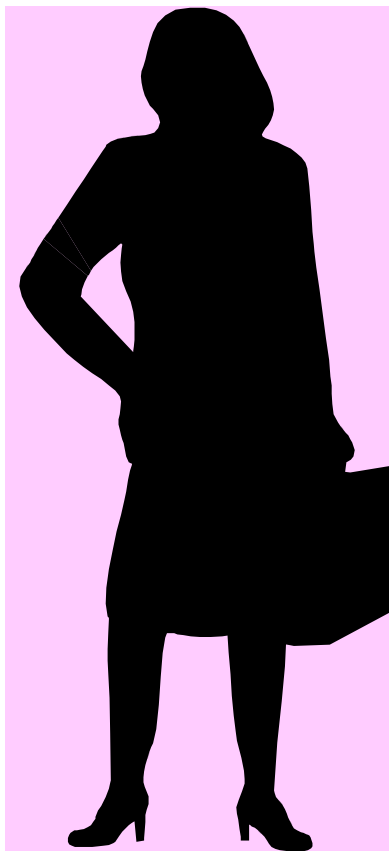


お申し込みは裏面のハガキか、お電話またはFAXで

■ご注文はお電話一本でお届けいたします。 本日より、1週間の特典です。今すぐお申し込みください。
料金無料の 0120-38-38-38 受付時間/平日・土・日・祝日とも 午前8時30分 ~ 午後8時30分
※ご注文の際には「受付番号」とお申し付けください。

■FAXでの 0120-38-38-38 受付時間/平日・土・日・祝日とも 午前8時30分 ~ 午後8時30分
料金無料の 0120-38-38-38 受付時間/平日・土・日・祝日とも 午前8時30分 ~ 午後8時30分
※ご注文の際には「受付番号」とお申し付けください。

山田養蜂場
YAMADA BEE FARM
山田養蜂場ホームページ <http://www.3838.com>
インターネットでもお買物ができます。

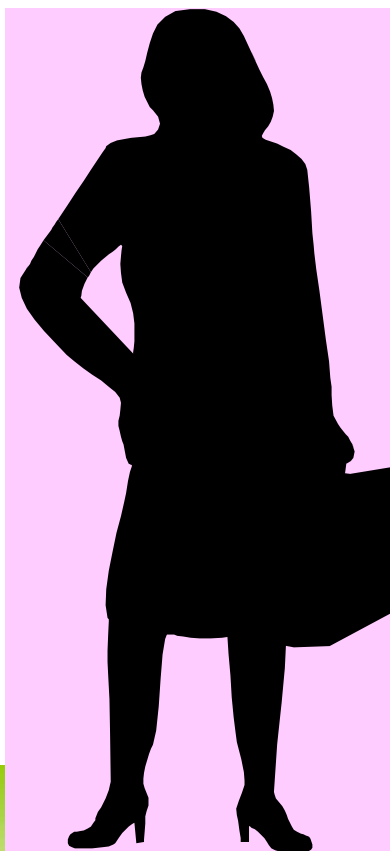
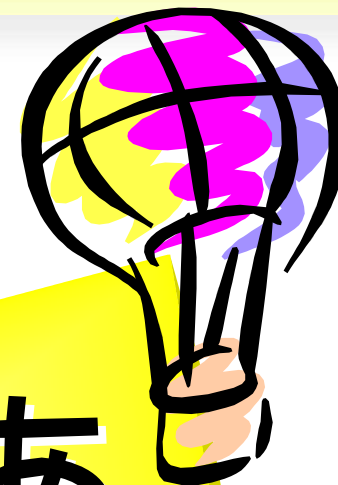


市場には
原則あり！



原則 1

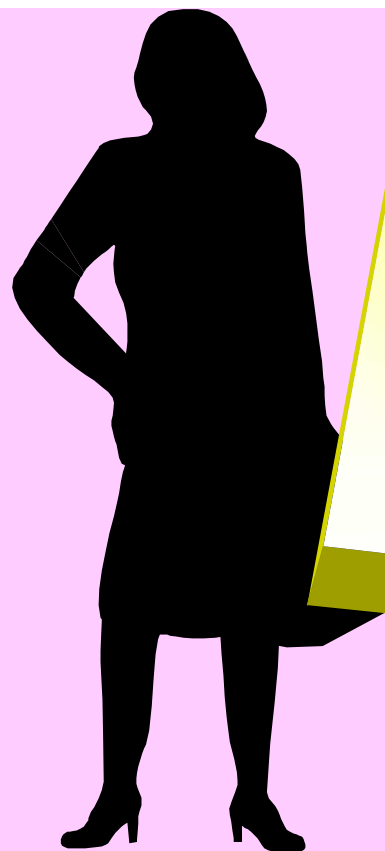
今、市場にあるものの全てが
消滅する



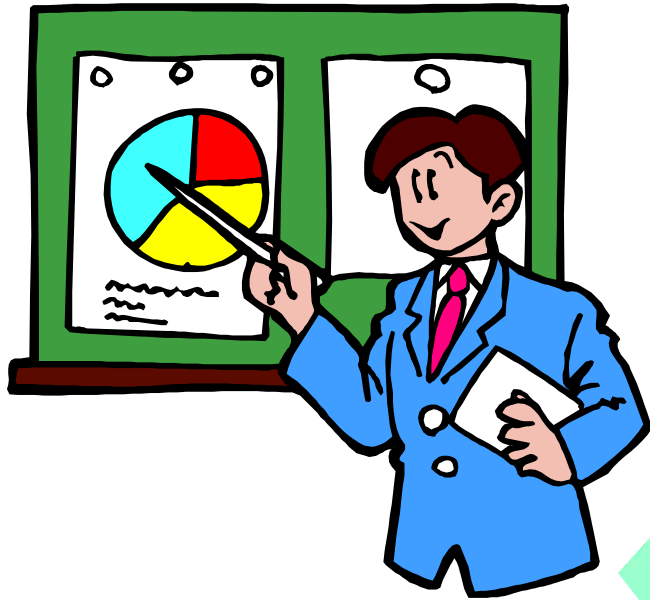
原則 2



今、市場に無い
もの全てに成功
の可能性あり



通販チャレンジ



商品

競合



3C

顧客

成功に満ちた未来

世界は機会に満ちあ
れている。だが、機会
が機会であると見抜
けることはまれだ。

フィリップ・コトラー

