



ねこの手通信

特別号

※ お客様に突撃! インタビュー ※ ※ ※ ※ ※ ※

この「ねこの手通信 特別号」では、ケイネットのお客様、株式会社一然(いちなん) 代表取締役である生山(おひやま) 道夫(みちお)さまが弊社にコンサルティングをご依頼いただいた経緯や、今抱えている課題、それを解決するまでの道のりを語ってくださいます。今回は、「休眠掘起し」についてレスポンスも含めてのご紹介です!



企画部 小川

株式会社一然(いちなん)さま / 所在地: 東京・駒込

「天然だし」をはじめ食品、健康食品など幅広い商品を扱う通販会社
1999年9月9日、京都の通販会社の会社として誕生、2004年親会社から完全に独立
お悩み… 数万件の顧客リストはあるものの、リピート顧客が育たない

《株式会社一然(いちなん)様 通販コンサル実践レポート》 《【第2回】休眠顧客掘起し》



新規は好調。でも、リピートがない。 休眠リストはたまる一方…。

第1回でもお話ししましたが、一然の場合新規獲得は比較的順調でした。しかし、新規のお客様がリピートに育たない…。「お得なキャンペーン」を繰り返し、値引きしなけば買ってもらえない体質を作ってしまったのです。そこで、ケイネットさんから示された課題は、会社の価値を認め、長くリピートしてくれる「ファン」を作ること。既に数万件たまっていた休眠顧客のリストを、活性化させることが第一のミッションでした…。

1回きりのお付き合いになっていたお客様へのアプローチ ケイネットの提案は、ただのDMではありませんでした。

度重なる値引きのキャンペーンでも稼働しないお客様。長らくアプローチしていないお客様。この休眠リストを、どのように活性化させるのか? 今まで新規獲得に相当費用を投資してきたので、多くの投資は難しい状況です。ケイネットさんから定期的に送られてくる「ねこの手通信」みたいなものを、私のお客様にも送れたら良いな…と考えていましたが、ケイネットさんから提案されたのは、一風変わったDMでした…。