



うちでのこづち導入事例集

E-Grant

© 2024 E-Grant Inc. All Rights Reserved

事例集

CASE1	食事管理サポートブランド「Muscle Deli」	...	3
CASE2	肉の生産・加工・販売会社「株式会社門崎」	...	6
CASE3	着圧商材を企画・販売する「株式会社YB-LAB.」	...	10
CASE4	徳島の老舗製麺会社「株式会社オカベ」	...	14

Appendix

	うちでのこづちとは？	...	19
--	------------	-----	----

データ分析工数が1/10以下に!!“データドリブン”な組織へ

株式会社Muscle Deli様

食事管理サポートブランド
「Muscle Deli」
<https://muscledeji.jp/>



導入前の課題

- データ分析に多大な工数がかかり、生産性やデータ整合性に課題があった。

導入後の効果

- データ算出にかかる時間が大幅に短縮。
- 組織全体の効率が向上。

工数が多く、業務を圧迫していたデータ分析作業

導入前に抱えていた課題

-カートからCSVで各種データを落とし、データ分析をしていたが、作業工数が業務を圧迫していました。

うちでのこづち導入前は、顧客の継続状況や買い回り、施策の状況をデータ分析するにあたり、カートから各種データをCSVで落とし、加工していたが、データ分析の作業に工数がとられていました。

また、経営の指針となるデータとなることから、データの整合性を保たなければならず、複数人でデータ抽出・加工を行っていたが、各種KPIの数値が作業員により異なるケースや過去のデータとの整合性が取れないケースもあり、業務の生産性・データの整合性の観点で大きな課題がありました。

きっかけは、WEBでの検索

各社オートメーションツールがある中、コストが百万円を超えるものなども多く見受けられました。ただ、あくまでも“データを取るコスト”がゴールではなかったことから、ツールにそこまでのコストを投下できないと判断していました。そんな中、うちでのこづちはコスト的にも検討できる

価格感であったこと、自社で算出したいデータも十分に算出できる機能が備わっている点から、機能性・コスト面で導入を決定いたしました。



株式会社Muscle Deli 執行役員CMO 篠田様

カギになっているのがF2転換率の向上

今後の展望について

今後のCRMにおいて、カギになっているのは“F2転換率の向上”です。弊社の新規流入は、お試し購入~定期購入の流れがメインとなっています。F2に転換した顧客と、そのまま離脱してしまう顧客とのLTV差がかなりの格差があることから、まずはこのF2転換率がカギになってきます。

現在は、お試し購入客へのステップメールをはじめとしたシナリオの設計を拡充進めており、メール開封の有無でシナリオを分岐させるなど展開を進めています。

また顧客によりリーチできるチャンネルが異なることから、SNSやDMなどの施策も検討しています。



過去を遡りKPIを可視化、目標に向けた各種施策を実行可能に！

株式会社門崎様

肉の生産・加工・販売会社
「株式会社門崎」

<https://kakunosh.in/?fsi=UQ1BP41>



導入前の課題

- ・メディアに取り上げられ顧客数が一気に増加しタイミングで顧客管理が課題に

導入後の効果

- ・過去データを遡りKPIを可視化し、各種施策を実行可能に。
- ・バスケット分析を活用し、単価向上のための施策導入が可能に。

顧客数の急増により顧客管理が課題に

導入前に抱えていた課題

昨年4月に、コロナの影響とテレビに取り上げられたこともあり、1日で約1億個のハンバーグがECで売れ、自社のEC保有リストが一気に増加しました。

抱えている顧客をどう活かし管理していくかと課題が上がったタイミングでCRMについて本格的に考え出しました。

しかし、CRMはおろかECを担当できるメンバーも数名しかおらず、自社EC以外にも23モール以上も管理と並行し、自社の店舗も含めた採用業務も兼務している状況でCRMについてアクションを起こすことができない状況でした。

きっかけは、広告代理店さんからのご紹介

リソースが限られCRMのナレッジも少ないという状況下の中、CRMについて様々なツールや施策を検討していました。

導入のきっかけになったのは、自社のECを熟知いただいている広告代理店さんからのご紹介がきっかけでした。



うちでのこづちは、導入のリソースも少なく、各種指標を簡単に集計できるパッケージになっており、自社の状況にマッチしているツールと感じ導入を決定いたしました。

うちでのこづちを導入してみても

KPIを可視化し、各種施策を実行可能に

弊社はECのコンサルティングも受けており、コンサルタントから各種KPIを見たいと言われたときに、瞬時に各種指標を算出することができました。

重要な指標やKPIは網羅されているんだなあと感心したことを覚えています。

うちでのこづちでは、導入以前のデータを遡り指標を可視化することができたので、約3年間分のKPIを可視化しまとめることから着手しました。

過去の数字の推移と来年の目標に対しての計画からボトルネックとマイルストーンを明確にすることが出来ました。

現在は、F2転換率を重要指標におき、購入から〇か月以内に〇〇%の転換率といった指標を追いかけております。

バスケット分析を活用し、単価向上施策を導入

弊社では、肉の日や毎週金曜日の金格ハンバーグの日など各種イベントを実施しており、そのタイミングでどうやって単価を上げていこうか考えていました。

うちでのこづちのバスケット分析を活用し合わせ買いの傾向を掴むことで、特にメンチカツが合わせ買いされる傾向が多いことが分かりました。

分析の結果からメンチカツを商品ラインナップに入れてみるなど、分析を起点に新たなアイデアや施策を立案することも多くなりました。

顧客フォローの自動化とエンゲージメント向上

今後の展望について

直近では、F2転換率も向上し新規獲得にもさらに力を入れていきたいと考えています。

現状リソース不足な点と更なる新規顧客増加の観点から、顧客フォロー自動化していきたいです。

メールをはじめLINEなど様々なチャネルを活用することができると伺っていますので、早く実施したいと考えているのですが、お客様へ送る大切なメッセージのため、デザインも含めしっかりとしたものを作成し、発信していきたいと思っております。



CRMって何！？の状態から、自社の強みを見つけLTV最大化

株式会社YB-LAB.

着圧商材を企画・販売する
株式会社YB-LAB.

<https://shop.ybl-store.net/?fsi=U1Q1BP41>



導入前の課題

- 顧客接点の管理やデータの一元化が課題。
- 担当者がCRMについて知識やノウハウがない。

導入後の効果

- CRM機能を活用し、顧客対応の精度とスピードが向上。
- リピート率の向上と施策の効率化。

ツールを超えた二人三脚の信頼関係

会社について

株式会社YB-LAB.は、主要商品グラマラスパッツを筆頭に着圧商材を企画・販売している会社です。お客様に一番近くで寄り添いながら「理想のワタシ」を実現するための高品質な商品を、お客様目線で提供し続けるブランドを目指しています。品質や履き心地に特にこだわっており、商品開発には必ず女性が参加して、女性社員の意見で商品を作るようにしています。



導入のきっかけ

メルマガの施策等全くやってなかった時期に世間ではCRMという言葉が大衆化してきていて、メルマガの施策等を開始しようと考えはじめ、本格的に行うという事を考えるとツールの導入が必要だと思い検討いたしました。

さまざまなツールを検討していく中で、うちでのこづちに決めた理由としては、始めやすい費用感だったことあるのですが、担当者の方の対応がよく、特に“CRM”に関してのナレッジを多く持っており、導入前から本当に親身になって相談に乗ってくれていたため、この会社なら信頼できると思い導入を決めました。

うちでのこづち導入のタイミングとカートの乗り換えの時期が被っていたのですが、乗り換え対応もスムーズで安心して開始できたのはとても良かったと感じています。

うちでのこづちを導入してみた

メルマガ配信といった施策面はもちろんですが、それ以上にCSの三好さんのサポートが手厚いことがとてもありがたいと感じています。

特にCRM領域は打つべき施策は色々ありますが、“自社のCRM領域で伸ばせる部分を見つける”事が非常に難しく、CRMのプロに相談したかったのが三好さんに相談したところやりたい施策をさらによくするための具体的な提案をいただくことができました。

その施策では自社サイトの売り上げにも大きなインパクトを出すことができました。



データ活用によるさらに細やかな顧客対応を目指す

今後の展望について

今まで以上に限りなく 1 to 1 に近くリッチなコミュニケーションを行っていきたいと考えています。

うちでのこづちはセグメントを簡単に分けて施策に落とすことができているのでとても活用しています。

その機能を存分に駆使できるような施策をおこなっていきたいです。

そうすることで結果的に、一人一人のお客様の状況に合わせたご提案を行うことができるので、双方で心地よい関係性のもと商品を長く使っていただける方が1人でも多くなってくれるのではないかな？と考えています。

流行っているから購入して終わりではなく、商品・会社のことが好きだから購入してもらえるような関係性を目指しています。

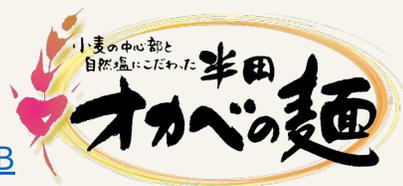


こだわりの「半田そうめん」を徳島県から日本中へ

株式会社オカベ

徳島の老舗製麺会社
株式会社オカベ

<https://www.okabemen.co.jp/?fsi=U1Q1BP41>



会社について

株式会社オカベは創業36年を迎えた徳島県の製麺会社です。

徳島県美馬郡つるぎ町半田地区の名産「半田そうめん」を昔からの伝統と独自製法で職人の”手延べ”にこだわって製造しています。

半田そうめんは、ほどよい太さと独特な麺のコシが特徴で、ギフトでのご利用はもちろん、有難いことに「オカベの麺」を気に入ってくださりご自宅用に購入される方も多くいらっしゃいます。

オンラインでの購入はもちろん、オフラインの購入もできるようになっているので幅広い方へ「オカベの麺」を提供できるようにしています。

重要なのは“お客様のデータを理解すること”

導入のきっかけ

最初はカート会社さんからCRM対策しませんか？という案内があったのがきっかけです。その当時はCRMという概念について知見がなく、どういったものかも分からなくて。漠然とお客様にメールを送るもの、という認識でした。

WEB購入のお試し商材があるのですが、その商品の引き上げ率がとても低いという課題に直面しました。これは早急に対策をしなければならなかったのですが、ノウハウもないしどうしようかと悩んでいるときに、カート会社さんから『うちのこづち』を紹介してもらったんです。『うちのこづち』は資料も見たことがあったのですが、さっきもお話した通り、CRM＝メール作業というイメージだったので引き上げ率の対策も出来るものなのか、と思いました。

『うちのこづち』をご提案いただいたときに、CRMはメールを送るだけのものではなく、お客様の状況などのデータをしっかり理解した上で戦略的に取り組むことが必要なんだと感じました。

初めはカートの機能でやろうとも思っていたんですけど、話を聞けば聞くほどしっかりCRMを構築することが必要だと思って専用のツールを導入しようと決めました。

信頼できるCRMツール「うちでのこづち」

うちでのこづち導入の決め手

まずは、シナリオを組んでステップメールを送れる点です。

繁忙期などは特に他の業務に追われてお客様のフォローなどが出来ない状況だったのですが、せっかく購入してくれたお客様にも機会損失だし、どうにかしたいと思っていたところだったんです。『うちでのこづち』であれば事前にどのタイミングにどのお客様にどんなメールを送るか、という設定が出来るので、繁忙期でも漏れなくお客様をフォローできる点がいいと思いました。

もう一点は信頼できる点です。カート会社から『うちでのこづち』を紹介してもらったとお話ししたのですが、実は別のコンサル会社さんからも『うちでのこづち』を紹介していただいていたんです。全く別の会社さんから提案をいただくということは、それだけ使いやすく、弊社にも合ったツールなんだなと信頼感が持てたんです。



うちでのこづちとは？



うちのこづちとは？

カートシステム・広告管理ツールと自動連携し、
分析～施策まで一気通貫したCRM機能を提供しています



うちでのこづちとは？

優良顧客を増加させるための3ステップに必要な機能を網羅的に抑えており、CRM活動を完結できます



顧客データ活用

顧客の購買履歴や属性から
コミュニケーションの精度を
向上させます



コミュニケーション

データの傾向から
顧客に有益な情報を届け
購買の意思決定を促進します



効果検証

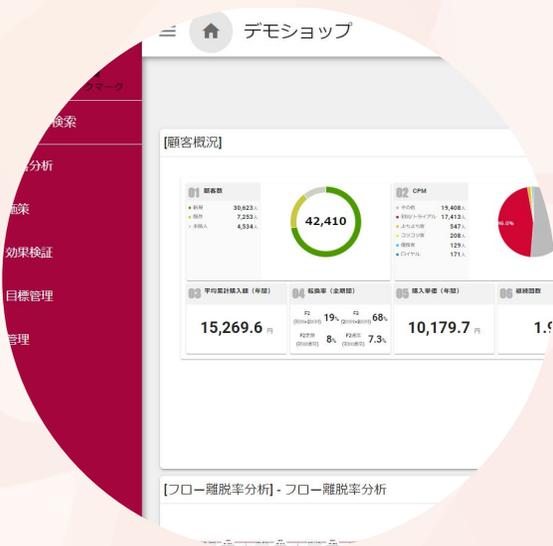
施策の効果を見て
善し悪しを判断し
アップデートにつなげます



うちでのこづちの3つの強み

01

直感的で使いやすいUI



CRMに必要な分析・施策・効果検証の機能一覧を取り揃えております。また、そのUIが非常に分かりやすいとご好評をいただいております。CRM業務に慣れない方でも直感的にご利用いただけます。

02

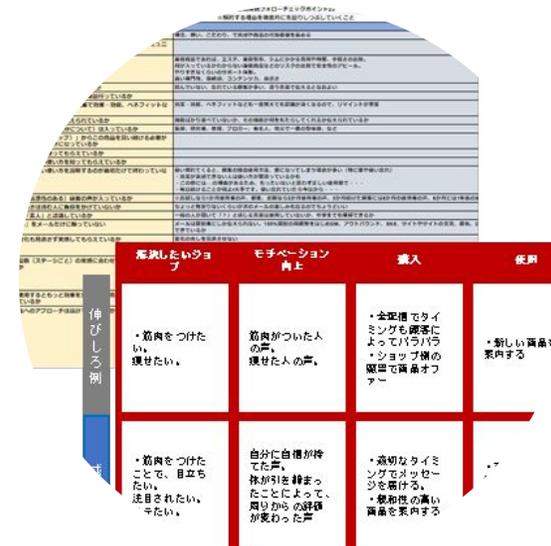
手厚いCS体制



ツールの問い合わせに留まることなく、CRMの戦略的なアドバイスまでを支援可能。1000社の実績を元に、CRMの成功までを併走支援いたします。

03

CRM成功へのフレームワーク



サポートの裏付けに、様々なCRMの成功事例やフレームワークを蓄積しております。事業者様のビジネスモデルに合わせて、必要なものをご提供いたします。

会社名 株式会社E-Grant

設立 2007年6月

企業理念 日本の文化である「和の心」を世界に広げ、
「思いやり」に溢れた社会を実現する

事業内容 EC通販CRMツール「うちでのこづち」事業
CRMマーケティング事業

その他EC通販CRMに関わる一切の事業

所在地 東京本社：東京都品川区西五反田2-30-4

BR五反田ビル8階

福岡支店：福岡市博多区博多駅前南2-18-10-504

千葉支店：千葉市中央区登戸2-5-30-107

一般社団法人「日本通販CRM協会」代表企業

EC通販導入数No.1ツール



CRMから『JCRM』の時代へ



株式会社再春館製薬所 ロート製薬株式会社
株式会社世田谷自然食品 ライオン株式会社
ダイドードリンコ株式会社 株式会社えがお
アンファー株式会社 小林製薬株式会社..etc

800社以上のECCRM支援の プロフェッショナル



CRM戦略設計～PDCA実行を
トータルでサポート

累計**3,000名**以上参加
毎月、EC業界の様々な情報を発信

ラジオCRM **ラボ**
by E-Grant



FANCL

KAGOME

dinos

BULK HOMME



Vitabrid C¹²



お問合せ

オンライン商談を実施中です。
お気軽にご相談くださいませ。

オンライン面談



- 貴社の課題解決に向けたご提案
- 他社事例のご共有
- サービスに関する詳細のご説明

弊社担当がオンラインにて
ご説明をさせていただきます。

Webお問い合わせ

ご不明な点などございましたら、
お問い合わせくださいませ。

メールでのお問い合わせも可能です。
sales@e-grant.net

[>お問い合わせはこちら](#)

