

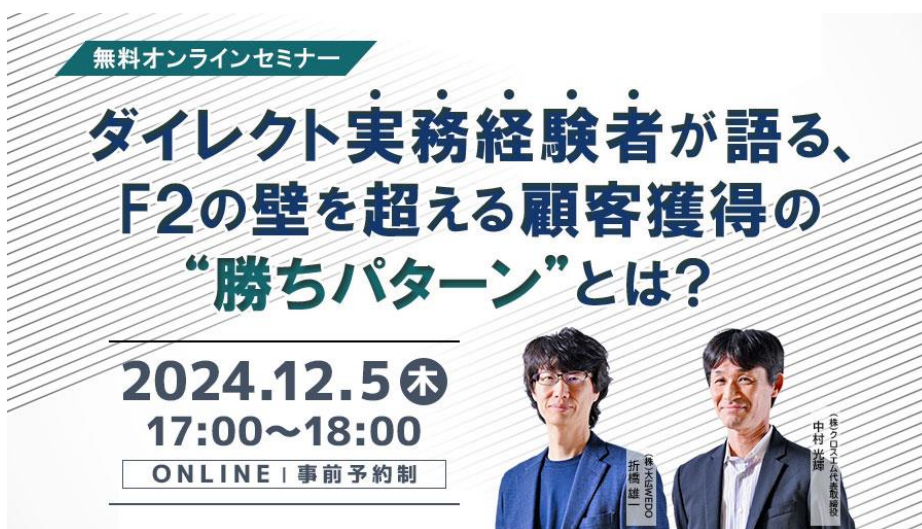


2024 年(令和 6 年)11 月 28 日

**ダイレクト実務経験者が語る、
F2の壁を超える顧客獲得の”勝ちパターン”とは？
～無料オンラインセミナー 2024年12月5日(木)17:00より開催～**

株式会社大広(本社:東京都港区、代表取締役社長:泉恭雄、以下「大広」)は、ダイレクトマーケティングにおける最大の難関「F2転換」を実現する「勝ちパターン」について、ダイレクト実務経験者がそのポイントを重点的に解説するウェビナー「ダイレクト実務経験者が語る、F2の壁を超える顧客獲得の”勝ちパターン”とは？」を開催いたします。

【お申し込みはこちら:<https://cocamp.daiko.co.jp/webinar/20241205-dmpc-form>】



ダイレクトビジネスにおいて、新規のお客様は当然ながら重要です。しかし、せっかく購入いただいた初回顧客がなかなかリピートしてくれない。そのため、ビジネスがなかなか成長軌道に乗らない。そういう悩みをお持ちの企業様は多いものです。

初回顧客にリピート購入を促すことの難しさは、いわゆる「F2の壁」として知られており、ダイレクトビジネスに携わる人がみな抱える課題です。

本ウェビナーでは、いかに F2の壁を乗り越えるのか、どうすれば F2転換が生まれるのかについて、COCAMP の人気連載コラム「ダイレクトマーケティング実践講座」の中から、顧客獲得から F2の壁突破までの重要なエッセンスを抽出。ダイレクトマーケティングのプロが、たった1時間で初回顧客獲得から F2転換までの「勝ちパターン」づくりの重要ポイントを、ぎゅっと濃縮して解説します。



【セミナー概要】

■開催場所: オンライン(開催前日までにウェビナーURL をメールでお送りします)

■開催日時: 2024年12月5日(木)17:00-18:00開催

■お申し込み方法: 事前登録制

▼お申し込みはこちら▼

[【https://cocamp.daiko.co.jp/webinar/20241205-dmpc-form】](https://cocamp.daiko.co.jp/webinar/20241205-dmpc-form)

【プログラム(60分)】

1. 顧客獲得の落とし穴

新規顧客の獲得効率ばかり気にしていませんか?残念ながら真のCPOは、初回購入だけでは測れません。リピートまで見据えた顧客獲得の重要ポイントを解説します。

2. 「勝ちパターン」とは?

顧客獲得に有効なメディア×クリエイティブ(いわゆる「勝ちパターン」)を見つけるために、何が必要なのか?スキンケア商材を例に、顧客インサイトに応じた16の訴求パターンを解説します。

3. 3種類の「獲得商品」、その利点・欠点

新規顧客の獲得商品は、「お試し商品」「初回本品」「初回定期」の3つに大別されます。それぞれのメリット・デメリットを解説。初回顧客をつくる「獲得商品」で押さえておくべきポイントを解説します。

4. なぜ「F2の壁」が生まれるのか?その突破ポイント

なぜ多くの商品が、再び購入されないのか。その原因には、刻々と変化する顧客インサイトがあります。どうすれば顧客をリピート購入に導けるのか。顧客インサイトに応じたフェーズ別の「打ち手」(コミュニケーション法)を解説します。

【登壇者】



折橋 雄一

株式会社大広 WEDO プロデュース Division

メディアバイイング、TV 通販会社の営業担当を経て、ダイレクトマーケティング業務に従事。TV インフォーマーシャルを中心にしたアクイジション領域から、CRM 戦略立案や顧客育成プログラム立案等のクライアントサポートを推進。調査と分析を核とした PDCA と、得られた知見を統合しオリジナルメソッドを開発することに力を注いでおり、通販の顧客インサイトを可視化した「カスタマージャーニーマップ」やロコミ循環のマーケティングモデルである「アンバサダーハリケーンモデル」、顧客育成のプロセス全体を描いた「CRM サクセスマップ」を開発。



中村 光輝

株式会社クロスエム 代表取締役

通販会社にて18年間、CRM を中心にマーケティング業務に従事。その後、2014年に独立。主に化粧品や健康食品などのダイレクト事業を対象に、CRM のプランニングやマーケティング戦略の立案、顧客分析などをサポート。特に、ロイヤル顧客を軸とした戦略・施策のコンサルティングを多数手掛ける。

<上記に関するお問い合わせ> 株式会社 大広 戦略広報室

〒105-8658 東京都港区芝 2-14-5 TEL:03-4346-8111 MAIL: info@daiko.co.jp