NewCPM分析マニュアル



2022年9月20日





NewCPM分析とは	··· 3
NewCPM客層説明	••• 4
NewCPM設定	<u>··· 5</u>
顧客BS	··· 6
ゴールド顧客育成マップ(マップの見方)	<u>··· 7</u>
ゴールド顧客育成マップ(マップの使い方)	<u> 8</u>
顧客管理	<u> 9</u>
手動メール配信	··· 1(
自動メール配信	··· 1

NewCPM分析とは



CRMの指標としてLTV-Labでも分析する ことができる「CPM分析」を新しく

「顧客BS」、 「ゴールド顧客育成マップ」

の2つのKPIを用いる分析手法へ改良を 行いました。

顧客維持率

(一年前に購入した顧客が今年も購入した率)

を各Fセグメントごとに算出し、 現状の顧客維持率から課題を発見するだけ なく、未来の既存顧客の売上予測も参考に、 効果の高いCRM施策を効率よく行う事がで きる機能となります。



NewCPM客層説明



× LTV	-Lah	企業: N)	lewCPM集計	ユーザ	—: tanimoto_c	f PW変更	日付:2022	2-08-26	① ログアウト				
—— 通販を化学	*ta		ふ 顧客	管理 ◎ 面	信管理	サイト施設	€□集計/5	→析 @各	種設定				
日報/月報 売」	E R	商品初	回リピート	·率 購入	状況	7ロス集計	RFM集	it Nev	wCPM集計				
広告LTV (定期) 属性推移集計													
グラフ表示方法: _雇	頁客BS		~		集計基準	■日:202208	01 🚞						
NewCPM集計状況を	E見る						Nev	vCPM集計ダウ	シロード				
		現在		1f	F後	2 ^f	F後	3f	F後				
	顧客維持率	年間LTV (円)	稼働顧客数	稼働顧客数	売上(千円)	稼働顧客数	売上(千円)	稼働顧客数	売上(千円)				
初回顧客	40%	5,250	4	2	11	1	5	0	0				
よちよち顧客	33.3%	7,286	7	2	15	1	7	0	0				
コツコツ顧客	50%	10,286	7	4	41	2	21	1	10				
優良顧客	0%	26,000	5	0	0	0	0	0	0				
ゴールド顧客	50%	42,500	2	1	43	1	43	1	43				
稼働顧客	41.2%	合計	25	9	110	5	76	2	53				

NewCPM分析では累計購入回数により顧客をセグメントし、 各客層ごとに前年~本年への維持率(前年購入している顧 客のうち本年も継続購入をしている割合)を算出します。 各客層のセグメント条件が右記となります。

※記載内容はデフォルトの集計条件の場合となります。 集計条件は次ページのNewCPM設定で修正できます。

初回顧客・・・累計購入回数が1回
よちよち顧客・・・ 累計購入回数が2回
コツコツ顧客・・・ 累計購入回数が3回
優良顧客・・・ 累計購入回数が3回~6回
ゴールド顧客・・・ 累計購入回数が7回~14回
稼働顧客・・・ 前年購入がある顧客のうち、本年も購入 している顧客
例)集計基準日2022年8月1日、ゴールド顧客の維持率
① 前年ゴールド顧客稼働数 →2020年8月1日~2021年7月31日に1度でも購入があり、かつ

その時点で累計購入回数が7回~14回の顧客

②①のうち本年再購入がある稼働顧客数

→①のうち、2021年8月1日~2022年7月31日までの期間に再購入がある顧客

②:①×100 がゴールド顧客の顧客維持率となり、前年 ゴールド顧客のうち何%が本年も購入しているか表します。

©2022 LTV-X Inc.

NewCPM設定









/月報 売. 告LTV 広告	LTV(定期)	5品 初	回リピート 越集計	率購入	、状況 2	7ロス集計	RFM集	計 (1) Nev	vCPM集計	集で	計結果な ダウンロ	をCSVフ コードし	ァイル ます。		
ダラフ表示方法: NewCPM集計状況	顧客BS E見る	祖左	~	(美計基準 	豊日:202208	821 🗮 Ne	wCPM集計ダウ	シロード F後	AŤ	EΆ	5	午後	5年問要計	在商任客
(4) 	現在 年間ITV(円)	稼働顧客数	」 稼働顧客数	+12 売上(千円)	2- 稼働顧客数	+12 売上(千円)		-12 売上(千円)	■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	□∞ 売上(千円)	」 稼働顧客数	+∞ 売上 (千円)	売上 (千円)	
新規顧客	36.4%	5,250	4	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	
新規顧客 よちよち顧客	36.4% 33.3%	5,250 7,286	4 7	1 2	5 15	0	0 7	0	0	0	0	0	0	5 22	
新規顧客 よちよち顧客 コツコツ顧客	36.4% 33.3% 50%	5,250 7,286 10,286	4 7 7	1 2 4	5 15 41	0 1 2	0 7 21	0 0 1	0 0 10	0 0 1	0 0 10	0 0 1	0 0 10	5 22 92	
新規顧客 よちよち顧客 コツコツ顧客 優良顧客	36.4% 33.3% 50% 0%	5,250 7,286 10,286 26,000	4 7 7 5	1 2 4 0	5 15 41 0	0 1 2 0	0 7 21 0	0 0 1 0	0 0 10 0	0 0 1 0	0 0 10 0	0 0 1 0	0 0 10 0	5 22 92 0	
 新規顧客 よちよち顧客 コツコツ顧客 昼良顧客 ゴールド顧客 	36.4% 33.3% 50% 0% 50%	5,250 7,286 10,286 26,000 42,500	4 7 7 5 2	1 2 4 0 1	5 15 41 0 43	0 1 2 0 1	0 7 21 0 43	0 0 1 0 1	0 0 10 0 43	0 0 1 0 1	0 0 10 0 43	0 0 1 0 1	0 0 10 0 43	5 22 92 0 215	
新規顧客 よちよち顧客 コツコツ顧客 優良顧客 ゴールド顧客 稼働顧客	36.4% 33.3% 50% 0% 50% 38.9%	5,250 7,286 10,286 26,000 42,500 合計	4 7 5 2 25	1 2 4 0 1 8	5 15 41 0 43 104	0 1 2 0 1 4	0 7 21 0 43 71	0 0 1 0 1 2	0 0 10 0 43 53	0 0 1 0 1 2	0 0 10 0 43 53	0 0 1 0 1 2	0 0 10 0 43 53	5 22 92 0 215 334	93%

現状の顧客維持率から、 ○年後に残存する顧客数を 各セグメントごとに計算、 今後5年間累計で既存顧客 がもたらす売上を予測。

予測される5年間累計での 売上が、現在の年間売上の 200%以上になるように、 各セグメントごとに顧客維 持率を高くする施策を行う 必要がございます。

顧客BS機能では、各顧客セグメント別の集計基準日時点での客数、顧客維持率 を集計します。それをもとに5年後にどれだけの顧客数が残り、売上となるか を計算し、新規を獲得しなかった場合の未来の売上予測を行います。

①「集計/分析」→「NewCPM集計」をクリックします。

2 グラフ表示不法「顧客BS」を選択します。

③ 集計基準日(いつの時点での集計結果を表示するか) を任意に設定し、「NewCPM集計状況を見る」をクリックします。 ④各セグメントごとに基準日時点での集計結果を表示します。

・顧客維持率

- ⇒前年稼働顧客中、本年も稼働顧客である顧客の割合
- ・年間LTV

©2022 | TV-X Inc.

⇒稼働顧客の集計基準日から過去1年間の平均年間購入金額 ・稼働顧客数

⇒前年購入有顧客のうち、本年も再購入がある顧客数 ・年間売上

⇒集計基準日から過去1年間の店舗の売上合計

ゴールド顧客育成マップ(マップの見方)



「ゴールド顧客育成マップ」では、現状の各顧客セグメントごとの顧客維持率、想定される離脱客の復活率、をもとに新規顧客をOOOO人獲得した場合に 1年後各セグメントにどれだけの顧客数が残存するかのシュミレーションを行う 機能となります。新規獲得顧客数、維持率、復活率は手動で修正することがで きるため、特定の顧客層の維持率を〇%向上させれば、ゴールド顧客が〇人に なるというような目標設定にご活用いただけます。 ①「集計/分析」→「NewCPM集計」をクリックします。

LTV-X

2「ゴールド顧客育成マップ」を選択します。

③集計基準日(いつの時点での集計結果を表示するか) を任意に設定し、「NewCPM集計状況を見る」をクリックし ます。

④集計基準日までの過去1年間に初回購入した新規顧客のうち、1年以内にリピート購入に至った割合を集計表示します。

5各顧客セグメントごとの**顧客維持率**を表示します。

⑥各顧客セグメントごとに前年離脱した顧客のうち、 本年に復活する割合を表示します。

⑦⑤の顧客維持率から残存する顧客数と、⑥の顧客復活率により復活する顧客数を合算し、各セグメントごとの残存顧客数を集計表示します。

8新規獲得した顧客数のうち、ゴールド顧客になる見込み顧客数の割合を集計表示します。

⑨集計結果をCSVファイルでダウンロードします。 ※ファイル上でも黄枠の箇所は手動で修正可能です。 詳細は次ページをご参照ください。

©2022 LTV-X Inc.

ゴールド顧客育成マップ(マップの使い方)





「ゴールド顧客育成マップ」の黄枠箇所(維持率や転換率)の 値は集計時、現状の結果が表示されますが、手動で値を修正す ることが可能です。

各値を修正することで、上位セグメントの残存客数が変化して いきます。目標となる「ゴールド育成率」(新規獲得した顧客 の)%がゴールド顧客になる率)を実現するためには、 各顧客セグメントの維持率、もしくは離脱維持率(復活率) をどれだけ向上させれば良いのか、をマップを活用し把握 することが可能となります。 例)上記店舗のゴールド育成率を10%にしたい場合

①初回現役維持率を41.4%にします(5%UP)
 ②よちよち現役維持率を38.3%にします(5%UP)
 ③コツコツ離脱維持(復活)率を8%にします(3%UP)

のように引き上げることにより目標に到達できることがわかります。※顧客BSの年間LTVよりゴールド顧客が増える事による売上のインパクトも確認することが可能です。

©2022 LTV-X Inc.







顧客管理の検索画面にてNewCPM顧客区分を条件 とした検索が可能となっております。

検索画面左下にNewCPM顧客区分のチェックボッ クスがあるのでこちらで検索したいセグメントを 選択し検索をボタンをクリックすると、該当セグ メントに該当する顧客が一覧表示されます。

※該当顧客データをCSVでダウンロードしたい場合は右上部にある「顧客情報ダウンロード」ボタン、および「履歴情報ダウンロード」ボタンをクリックすることで可能です。

手動メール





NewCPM顧客区分ごとにメール等の配信を行うことも 可能です。手動メールの場合、以下手順で配信対象を 設定します。

①「配信管理」→「手動」をクリックします。

2 「誰に送る?」をクリックします。

③配信対象を検索する画面左下に「NewCPM顧客区分」の項目があるのでチェックボックスにて配信したいセグメント名をチェックします。

④「検索」ボタンをクリックすると該当する顧客数が表示されるので、問題がなければ「確認」ボタンをクリックします。

※手動メールの作成方法は以下メールマニュアルの14~17 ページをご参照ください。

https://ltv-lab.jp/it4d

自動メール





自動メールにおいても、以下手順にてCPM顧客区分を条件 に配信対象を選定することが可能です。

 ①「配信管理」→「自動」→「配信設定」一覧をクリックします。
 ②メールの種類を選択します。
 ③CPM顧客区分の項目があるのでチェックボックスにて配信したい セグメントを選択します。チェックを入れたセグメントに該当する顧 客のみにフォローメール等の自動メール配信を行います。

※自動メールの作成方法は以下メールマニュアルの18ページ以降 をご参照ください。

https://ltv-lab.jp/it4d