

CPM分析マニュアル



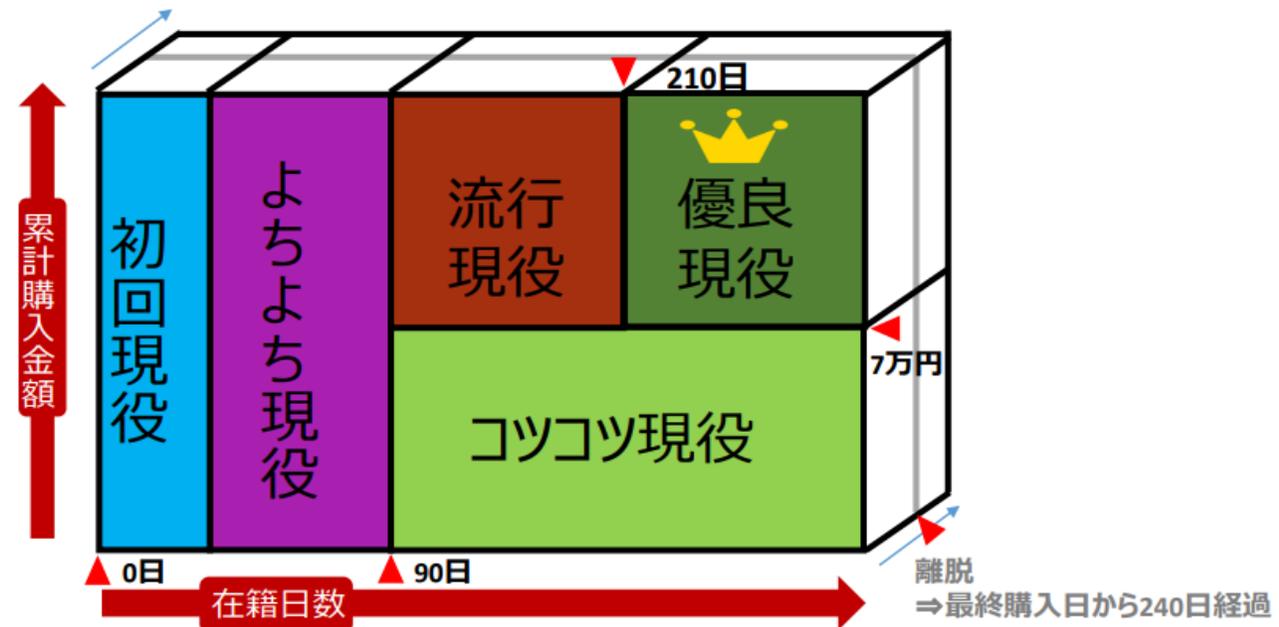
2022年7月27日

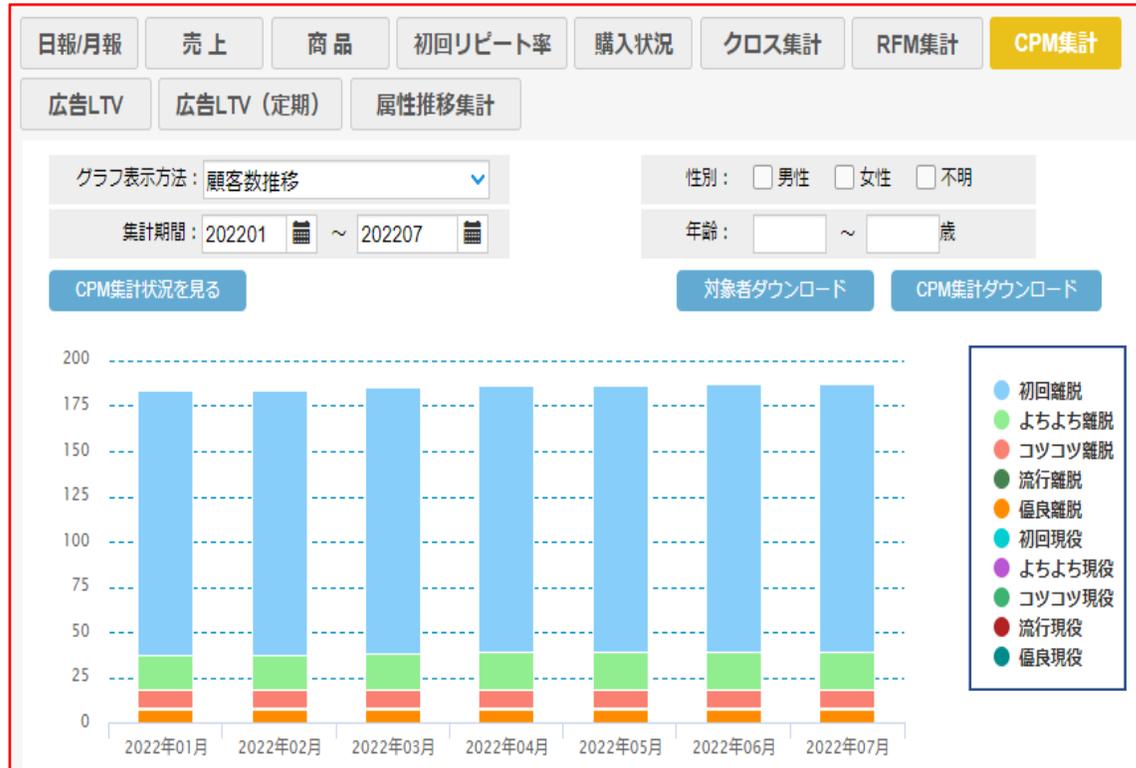
| | |
|---------|-----------------------------|
| CPM分析とは | <u>… 3</u> |
| CPM客層説明 | <u>… 4</u> |
| CPM設定 | <u>… 5</u> |
| 顧客数推移 | <u>… 6</u> |
| バブルチャート | <u>… 7</u> |
| 推移率 | <u>… 8</u> |
| 期間比較 | <u>… 9</u> |
| 顧客管理 | <u>… 10</u> |
| 手動メール | <u>… 11</u> |
| 自動メール | <u>… 12</u> |

Customer Portfolio Management (カスタマー・ポートフォリオ・マネジメント)

CPM分析とは、自社通販で取引実績のある顧客を在籍日数、累計購入金額、最新購入日からの経過日数により複数のグループに分けることで、顧客状態（顧客ポートフォリオ）を見える化し、それぞれの顧客属性に沿った販促活動やオファーを提供することで、優良顧客層を拡大して利益拡大するための顧客分析手法です。

LTV-Labでは各顧客セグメントごとに客数推移を分析したり、メール等の配信を行うことができます。





CPM分析では顧客の購入期間、在籍日数（初回購入日～最新購入日までの日数）、累計購入金額により、右記の通りに10パターンのセグメントに顧客を分けます。
 ※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CPM設定で修正できます。

【離脱】

初回離脱客・・・初回購入後、240日以上2回目の購入がない顧客

よちよち離脱客・・・在籍日数が90日未満、累計2回以上購入がある（よちよち客）が、240日以上再購入がない顧客

コツコツ離脱客・・・在籍日数が90日以上且つ、240日以上再購入が無い顧客

流行離脱客・・・在籍日数が90日以上210日未満、累計購入金額が70000円以上且つ、最新購入から240日以上再購入が無い顧客

優良離脱客・・・在籍日数が210日以上、累計購入金額が70000円以上且つ、最新購入から240日以上再購入が無い顧客

【現役】

初回現役客・・・初回購入から240日以上経過しておらず、2回目の購入もない顧客

よちよち現役客・・・在籍日数90日未満で累計2回以上購入実績があり、最新購入から240日以上経過していない顧客

コツコツ現役客・・・在籍日数90日以上、累計購入金額70000円以下且つ、最新購入から240日以上経過していない顧客

流行現役客・・・在籍日数90日以上210日未満、累計購入金額70000円且つ、最新購入から240日以上経過していない顧客

優良現役客・・・在籍日数210日以上、累計購入金額70000円以上且つ、最新購入から240日以上経過していない顧客



CPM分析の各顧客セグメントに区分けする条件を設定する機能となります。
各セグメントの定義は前ページもご参照ください。

以下デフォルトの設定を参考に、A~D各項目の条件を任意で修正します。

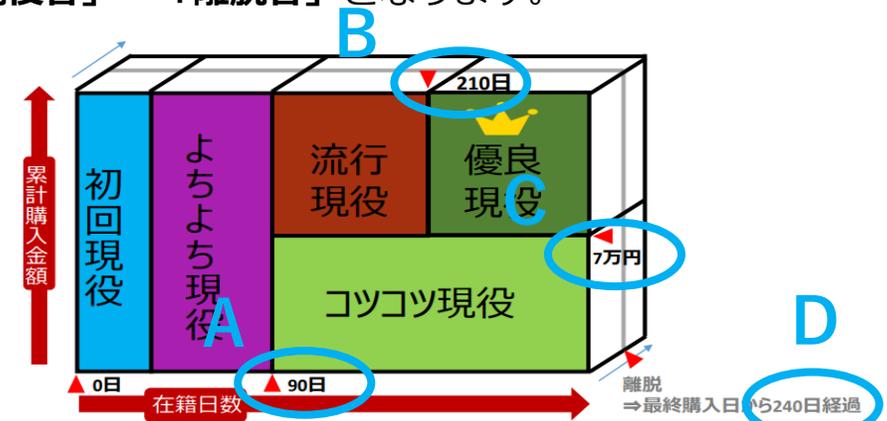
A 「よちよち客」（累計購入回数が2回以上）の在籍日数が**90日**を超えると「**コツコツ客**」となります。
※在籍日数 = 最終購入日 - 初回購入日

B 「流行客」（累計購入金額が70000円以上）の在籍日数が**210日**を超えると「**優良客**」となります。

C 「コツコツ客」の累計購入金額が**70000円**を超えると在籍日数に応じて「**流行客**」か「**優良客**」となります。

D 最終購入日から**240日**間購入が無いと「**現役客**」→「**離脱客**」となります。

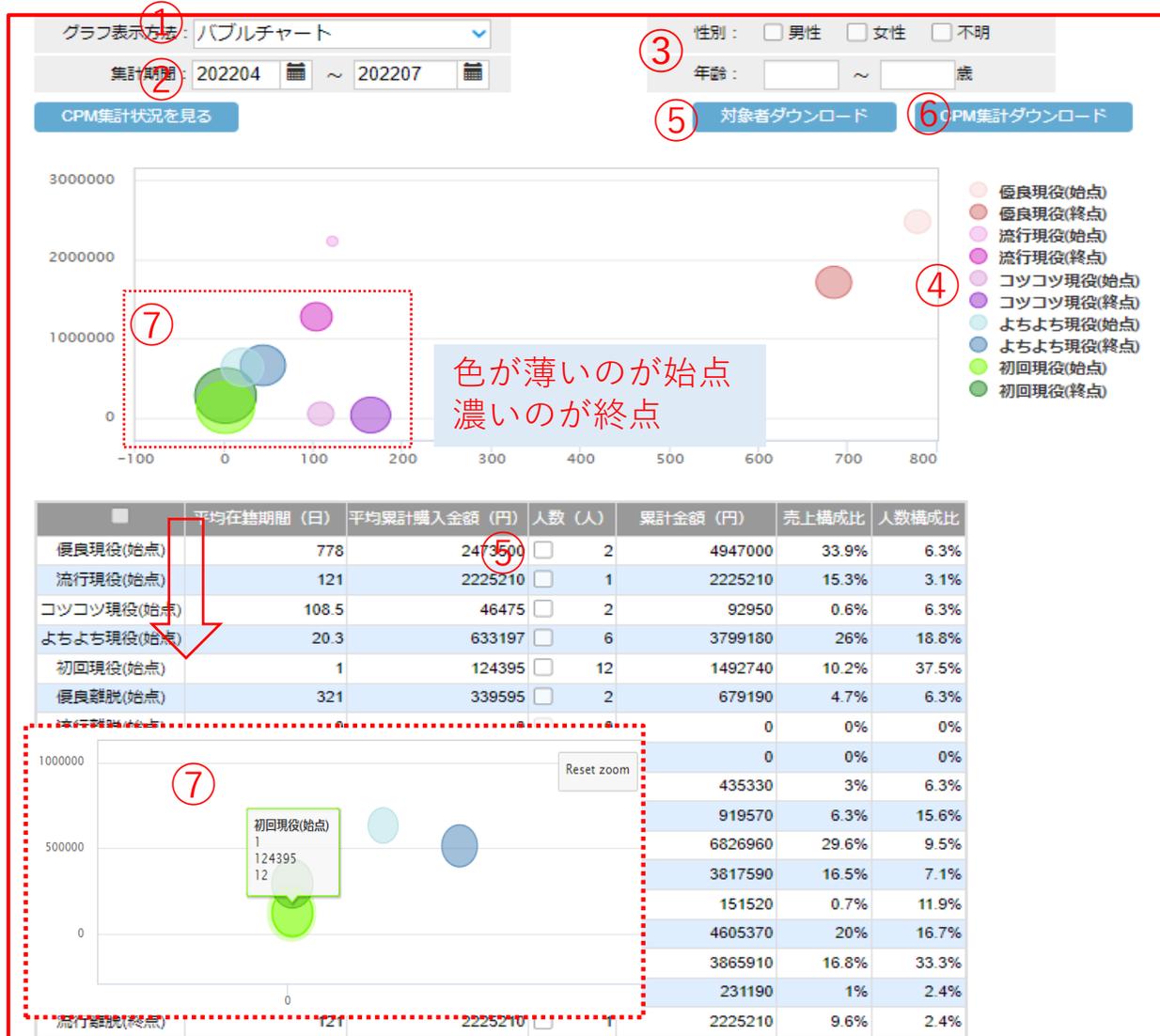
※上記がデフォルトの設定値となります。
任意に変更することは可能ですが、変更を行った場合はデータの再集計が必要となります。変更をご希望の際は下記サポートまでご連絡いただきますようお願いいたします。
support@ltv-x.jp



各月ごとの顧客セグメント別の客数の推移を棒グラフで表示します。離脱客が減っているか？優良客は増えているか？等の推移だけでなく、顧客セグメント別の割合も視覚的に確認することができます。

- ① 「顧客数推移」を選択します。
- ② 集計期間は最大で1年間設定する事が可能です。期間を設定し「CPM集計状況を見る」ボタンをクリックします。
- ③ 性別、年齢で集計対象を絞ることができます。
- ④ セグメント名をクリックすると対象データが非表示になります。
- ⑤ 下部表に客数の結果が表示されます。人数横にチェックを入れると対象者をCSVファイルでダウンロードすることができます。左図の場合、2022年5月の優良現役、コツコツ現役、優良離脱にチェックを入れており、この状態でダウンロードを行うと2022年5月の各層に該当する顧客の詳細データだけでなく、5月以降どのように推移しているかを確認することが可能です。
- ⑥ 顧客セグメント別の客数をCSVファイルでダウンロードします。

| 会員番号 | 名前 | 2022年01 | 2022年02 | 2022年03 | 2022年04月末 | 2022年05月末 | 2022年06 | 現時点ラ | 送信許可 | メールア | 年齢 | 性別 |
|------|--------|---------|---------|---------|-----------|-----------|---------|---------|------|------|----|----|
| 24 | test12 | | | | コツコツ現役客 | コツコツ現役客 | コツコツ現役客 | コツコツ現役客 | 拒否 | | | 男性 |
| 27 | test15 | | | | コツコツ現役客 | コツコツ現役客 | コツコツ現役客 | コツコツ現役客 | PC | | | 男性 |
| 31 | test19 | | | | 優良現役客 | 優良現役客 | 優良現役客 | 優良現役客 | 拒否 | | | 女性 |



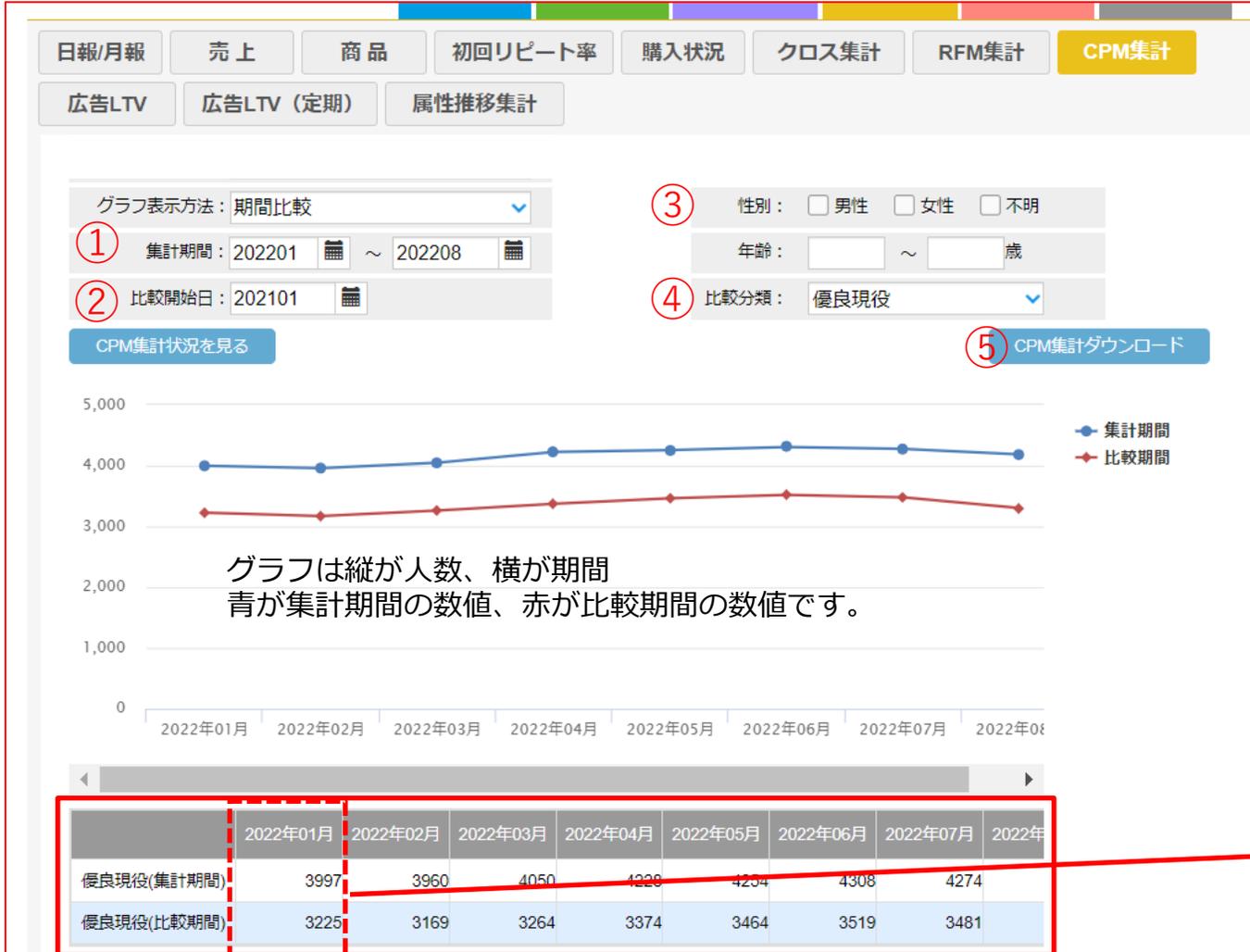
バブルチャートでは**顧客の平均在籍期間を横軸、平均累計購入金額を縦軸に取り、円の大きさを人数で表します**。各セグメントごとに始点(集計期間の始め)と終点(集計期間の終わり)のバブルの大きさや位置の変化を比較し分析を行います。また、下部の数値表では各セグメントの売上構成比、人数構成比もご確認いただくことができますようになっております。

- ① 「バブルチャート」を選択します。
- ② 集計期間は最大で1年間設定する事が可能です。期間を設定し「CPM集計状況を見る」ボタンをクリックします。
- ③ 性別、年齢で集計対象を絞ることができます。
- ④ セグメント名をクリックすると対象データが非表示になります。
- ⑤ 人数横にチェックを入れて「対象者ダウンロード」をクリックすると、対象者の集計期間中のセグメントの推移がCSVファイルでダウンロードされます。
- ⑥ 各セグメントの集計結果をCSVファイルでダウンロードします。
- ⑦ グラフの任意の範囲を左クリックで囲うと対象範囲が拡大表示されます。また、図にカーソルを合わせると各数値が表示されます。



推移率グラフは各客層からロイヤリティの高い上位客層へ、どれだけの割合の人が順調に移動しているかを月ごとに確認することができる機能です。当月の各客層(現役離脱含め)ごとの客数と前月の客数を比較することにより、何%の顧客が上位客層に移動したかを表示します。

- ① 「推移率」を選択します。
- ② 集計期間は最大で1年間設定する事が可能です。期間を設定し「CPM集計状況を見る」ボタンをクリックします。
- ③ 「初回客」が「よちよち客（累計2回以上購入）」に移動した率を表示します。
※2022年3月に初回客だった人の37.4%がよちよち客に移動
- ④ 「よちよち客」が「コツコツ客（在籍日数90日以上）」に移動した率を表示します。
※2021年12月によちよち客だった人の83%がコツコツ客に移動
- ⑤ 「コツコツ客」が「優良客（累計購入金額70000円以上）」に移動した率を表示します。
※2022年2月にコツコツ客だった人の29.1%が優良客に移動
- ⑥ 表示結果をCSVファイルでダウンロードします。



期間比較は前年と今年で各客層の顧客数がどのように推移しているかを比較する等、2つの期間の顧客推移数の際を分析することができる機能です。

- ① 比較元として集計する期間を設定します。
- ② ①と比較したい集計期間の開始日を設定します。結果表示する期間数は①の集計期間と同じとなります。
- ③ 性別、年齢で集計対象を絞ることができます。
- ④ 確認したいセグメントをプルダウンにて選択し、「CPM集計状況を見る」ボタンをクリックします。
- ⑤ 各セグメントの集計結果をCSVファイルでダウンロードします。

集計期間は2022年1月～2022年8月の8か月間を表示、比較期間は開始日にセットした2021年1月から8か月間の数値を表示しています。設定した集計期間と一年前の同期間の各セグメントの顧客の人数や推移を比較することが可能です。

顧客管理、CPM顧客区分

顧客管理の検索画面にてCPM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CPM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。

The screenshot shows the LTV-Lab customer management search interface. The top navigation bar includes '顧客管理' (Customer Management), '配信管理' (Distribution Management), 'サイト施策' (Site Strategy), '集計/分析' (Aggregation/Analysis), 'LTV向上分析' (LTV Improvement Analysis), and '各種設定' (Various Settings). The search panel on the left includes filters for '属性検索' (Attribute Search), '最新購入店舗' (Latest Purchase Store), 'フリガナ' (Kana), '名前' (Name), '会員番号範囲' (Member ID Range), '性別' (Gender), and '誕生日' (Birth Date). The central search area has a '検索' (Search) button. On the right, there are buttons for '顧客情報ダウンロード' (Download Customer Information) and '履歴情報ダウンロード' (Download History Information). A table at the bottom right shows a list of customer records with columns for ID, count, and segment.

| ID | Count | Segment |
|--------|-------|---------|
| test5 | 17 | リピーター |
| test6 | 18 | リピーター |
| test7 | 19 | リピーター |
| test10 | 22 | リピーター |
| test11 | 23 | リピーター |
| test12 | 24 | リピーター |
| test15 | 27 | リピーター |
| test16 | 28 | リピーター |
| test17 | 29 | リピーター |
| test18 | 30 | リピーター |
| test19 | 31 | リピーター |

CPM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「CPM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>

企業: マニュアル作成... ユーザー: kibo_cf PW変更 日付: 2022-08-03 ログアウト

顧客管理 配信管理 サイト施策 集計/分析 LTV向上分析 各種設定

自動 シナリオ 手動 マイテンプレート 顧客グループ DMラベル印刷 効果測定

カゴ離脱通数制限 優先配信経路設定 DM効果測定

店舗: 5777: 店舗2 送信日: 20220803 ~ 20220803 配信リストダウンロード DMエラーリストダウンロード

7 2022 8 2022 9 2022

日 月 火 水 木 金 土 日 月 火 水 木 金 土 日 月 火 水 木 金 土

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

① 配信設定一覧

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。
- ③ CPM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>

種類 フォロー メモ

送信元名称 tenpo2

日付条件

絞り込み条件 [サンプル集]

* 最新発送日から * 初回購入日から * 最新購入日から * 指定商品初回購入日から

日経過後に送信 指定購入商品選択 商品選択

履歴条件

累計購入回数 回 ~ 回 更に絞る 履歴グループ選択 選択

最新購入商品選択 商品選択 商品数 購入回数 回 ~ 回

最新購入商品備考 全体 商品別

メディア 選択

属性条件

性別 女性 男性 不明 属性グループ選択 選択

年齢 歳 ~ 歳

顧客ランキング 優良顧客 有望顧客 新規顧客 浮気予備軍顧客

懐の顧客 浮気・不満顧客 離反顧客

CPM顧客区分 初回現役客 よちよち現役客 コツコツ現役客 流行現役客 優良現役客

初回離脱客 よちよち離脱客 コツコツ離脱客 流行離脱客 優良離脱客

②

③