

通販企業が成長していくための、
顧客情報の活用方法を学ぶ



オンラインセミナー

2024.
7/3 (水)



マーケティング研究部会セミナー

通販企業の顧客管理の基本

[開催日時] 2024年 7月3日 (水) 15:00~16:00
[開催方法] Zoomによるオンライン配信
[対象] JADMA正会員・賛助会員でマーケティングをご担当の方
[参加費] 無料

※オンライン視聴にかかる通信費は参加者のご負担となります。

＼お申し込みはこちら／



JADMA 会員限定

参加無料

講師：松田 芳雄 氏

講師略歴：2017年3月まで日本ユニシス株式会社（現：BIPROGY（株））に勤務。1980年代後半のデータベースマーケティング創成期から200社近い企業の顧客データを分析し、主に通信販売会社の分析システムを開発する。2004年より産学協同で顧客情報活用の研究を行う。早稲田大学大学院元客員准教授。

講演内容（予定）

- ・新規顧客獲得コストの考え方
- ・優良顧客とは？
- ・顧客の評価指標について
- ・顧客情報の活用-戦略面と販売面-
- ・定期購買は有効か？
- ・顧客を増やすには
- ・顧客が減少する理由
- ・通信販売の収益構造とは

▼ 詳細は2枚目をご確認ください ▼

◆JADMAマーケティング研究部会セミナー「通販企業の顧客管理の基本」

通信販売では、既存顧客を稼働顧客と離脱顧客に分類しますが、効率を重視して下位顧客へのDM配布を削減すると獲得顧客数の減少につながるため、顧客計画を立て稼働顧客を増やす工夫が必要です。また、顧客情報を分析すると、必ずしも定期購買が有効ではないケースもあります。

本講演では、通販企業の顧客管理の基本に立ち返り、通販企業が成長していくために、顧客情報の活用方法について解説します。商材や媒体に関わらず、通販企業であれば知っておきたい内容になりますので、マーケティング担当者はもちろん、経営層の方にも参加をお勧めします。

〔日 時〕

2024年7月3日(水) 15:00~16:00 (開場 14:45~)

〔プログラム (予定)〕

「通販企業の顧客管理の基本」 講師: 松田 芳雄 氏

- ・優良顧客とは？
- ・顧客の評価指標について
- ・顧客情報の活用-戦略面と販売面-
- ・定期購買は有効か？
- ・顧客を増やすには
- ・顧客が減少する理由
- ・通信販売の収益構造とは

〔対 象〕 JADMA正会員・賛助会員でマーケティングを担当される方

〔参加費用〕 無料

〔申込方法〕

下記の申込WEBフォーム(JADMAサイト内にも掲載)より、注意事項をよくお読みの上、お申込み下さい。申込み後すぐに「申込完了メール」が自動送信されます。万が一届かない場合には、申込み完了していない場合がございますのでご注意ください。

申込WEBフォーム:

<https://76auto.biz/jadma83/regires/make0703.htm>

〔申込締切〕

2024年7月1日(月)午前10時

〔参加方法〕

当日はZoomによるオンライン配信を行います。お申込み時に、記入いただいたメールアドレス宛に、JADMA事務局(jadma.info@jadma.or.jp)より【7月1日(月)】にアクセス招待URLをお送りいたします。

当日は案内をご確認の上、指定のURLよりご視聴ください。

万が一、上記日にメールが届かないなどの場合には、下記お問い合わせ先までご連絡ください。

- ・オンライン配信はZoomでの配信を予定しております。
事前に視聴環境で上記ツールが使用できるかご確認ください。別の方法での配信は予定していません。
また、後日配信の予定はございません。
- ・都合によりプログラムの変更がある場合がございます。予め、ご了承ください。
- ・通信料はご参加者様のご負担となります。
- ・講演の撮影、録音や録画はご遠慮ください。
- ・Zoomの使用方法はZoomヘルプセンター(<https://support.zoom.us/hc/ja>)をご確認ください。

(公社)日本通信販売協会

担当: 菅原・小川 / TEL 03-5651-1155 / <https://www.jadma.or.jp/>