

# クロスセル施策



# LINEクロスセルをオススメする企業

Copyright© STARX Inc. All Rights Reserved.

- ・ サンクスページでのクロスセルで効果が出ている企業
- ・ 同梱物や郵送DM、Emailでのクロスセルで効果が出ている企業

## これまでのクロスセル施策



サンクスページで  
クロスセル○



同梱物・DM・Emailで  
クロスセル○



## LINEによる クロスセル施策

これまでの施策にLINE施策を追加することで  
「クロスセル」数字の上積みが可能に!

# 施策事例①：初回0円クロスセル(ステップ配信)

Copyright© STARX Inc. All Rights Reserved.

定期購入1回目の顧客に対して、「セットで利用するとよい商品」を初回0円クロスセルする。



## 施策の効果

- CVR数%のクロスセル



## 施策のポイント・ノウハウ

- LINE内注文受付を実施
- 次回(2回目)お届け時に一緒に同梱することで、メイン定期のF2継続率アップに寄与
- 締切に対して数ステップで行動を促す

ご用意 いただくもの	トーカメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
	遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
	セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
	配信日時の指定	必要	不要	要確認
	起点日の指定	必要	不要	要確認
	自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

# 施策事例②：2ヶ月目・3ヶ月目でクロス(ステップ配信)

Copyright © STARX Inc. All Rights Reserved.

初回発送日から、2ヶ月後・3ヶ月後のステップ配信で、クロスセルを実施。



## 施策の効果

- CVR数%のクロスセルを達成



## 施策のポイント・ノウハウ

- メイン商品×クロスセル商品で相乗効果があるという訴求をLINE、LPで行う
- 初回購入日起点で○○日後という配信設定にすることで、スキップしたユーザーを含めてXXを始めてから「○ヶ月目の方向けのコラム」を届けやすくしている。

ご用意 いただくもの	トーカメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
	遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
	セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
	配信日時の指定	必要	不要	要確認
	起点日の指定	必要	不要	要確認
	自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

# 施策事例③：発送の事前告知でクロスセル(ステップ配信)

Copyright © STARX Inc. All Rights Reserved.

## 発送の事前告知をしながら、さりげなくクロスセルを促進



### 施策の効果

- CVR数%のクロスセルを達成



### 施策のポイント・ノウハウ

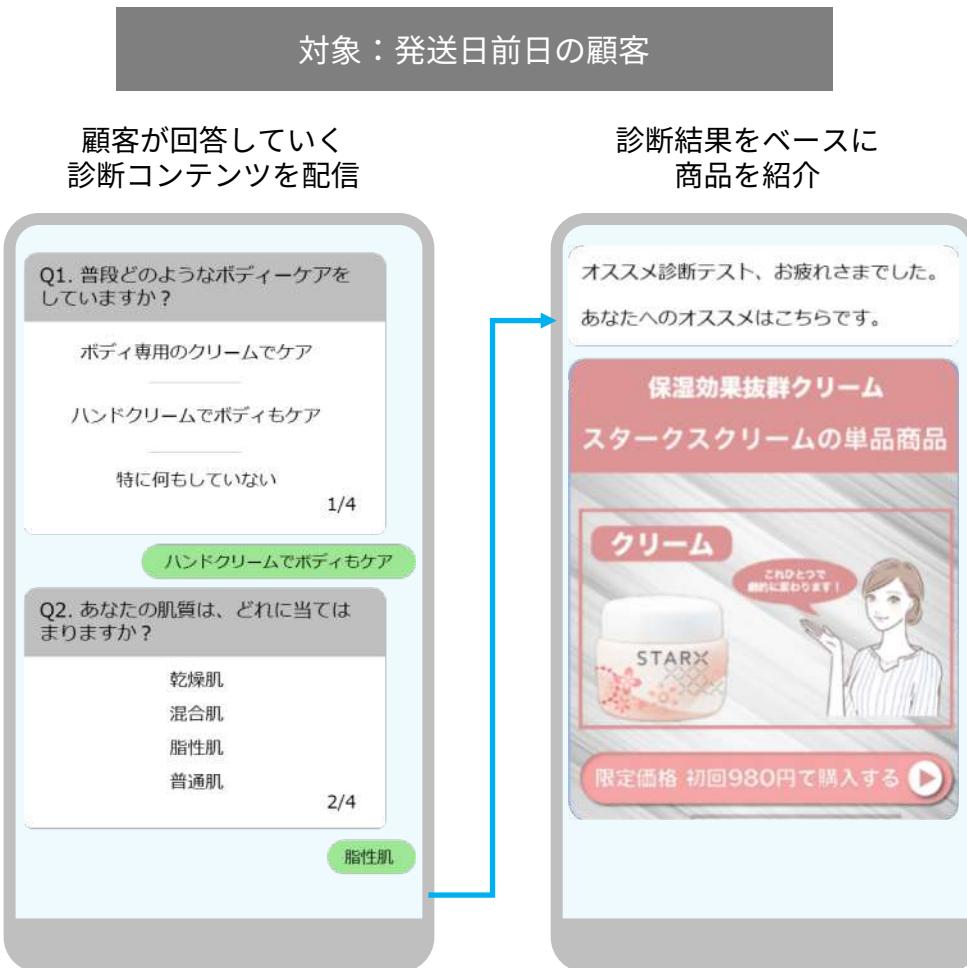
- 次回お届け日の7日にステップ配信。CV受付は48時間限定で、LINEでの注文受付限定で購入期限を制御（ユーザー毎の時間制限が必要）

ご用意 いただくもの	トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
	遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
	セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
	配信日時の指定	必要	不要	要確認
	起点日の指定	必要	不要	要確認
	自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

# 施策事例④：診断/クイズでクロスセル(ステップ配信)

Copyright© STARX Inc. All Rights Reserved.

## 発送日直前に「診断コンテンツ」を配信し、診断後にクロスセルを促進



## 施策の効果

- CVR不明 ※本施策は継続実施中



## 施策のポイント・ノウハウ

- 診断・クイズというアイディアを使うことで、売り込み色なくクロスセル
- 診断（アンケート）に回答したお礼に半額チケットをプレゼントしてクロスセルを促進

ご用意 いただくもの	トーカメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
	遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
	セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
	配信日時の指定	必要	不要	要確認
	起点日の指定	必要	不要	要確認
	自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

# リピートラインならこんな事ができる！

Copyright© STARX Inc. All Rights Reserved.

リピートラインでは、ID連携をほぼリアルタイム※に行うため、以下のような活用が可能。  
(※API連携しているカートシステムの場合)

