

化粧品

①お試し品購入

♡顧客のココロ

- 私に合うかしら?
- 効果はあるの?
- 納得できなければ続けたくない。



新客獲得ツールとの連動で、**顧客の期待に応えられる商品だと説得**しましょう!

②本品購入

♡顧客のココロ

- 私に合うかしら?
- 効果はあるの?
- 安全な商品かしら?
- 購入して正解だったのかな…。



新客ツールとの連動で、**購入後の不安を解消し、期待感に応えましょう!**

③20日目程度

♡顧客のココロ

- 使い心地はいいみたい。
- 悩みは解消されるの?
- 使い続ける価値はあるかしら?



顧客は比較・検討しています。**使い続けるメリットを伝えましょう!**

④2回目購入以降

♡顧客のココロ

- なかなか優秀な商品ね。
- ××の新商品が気になる!
- 友達にもオススメしたいな。



顧客像から購買心理を考え、**今求めている価値を的確に捉えましょう!**

① お試し品購入

(2ステップで新客獲得した場合)

② 本品購入者

離脱

③ 初回商品到着後 20日目程度

④ 2回目購入

離脱

優良見込み客

(ex) 購入回数3回程度

離脱

準優良顧客

(ex) 購入回数4~7回程度

離脱

優良顧客

(ex) 購入回数8~12回程度

離脱

ロイヤル カスタマー

離脱

低

掘り起こしのためのDMを打った際の再購入率

スリープ客

高