

健康食品

① お試し品購入

♥ 顧客のココロ

- 本当に効くのか？
- 確かな商品だろうか。
- 味は？続けやすさは？



「悩みを解消したい!」という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

- そんなに変わらないいな…。
- 続ける価値はあるの？
- 購入手続きが面倒だな。



評価や飽きがかかる時期です。
継続の大切さを伝えましょう!

③ 20日目程度

♥ 顧客のココロ

- 自分に合うだろうか。
- これで悩みが解消できれば…。
- 購入して正解だったのかな…。



購入後の不安を解消し、毎日続ける価値を伝えましょう!

④ 2回目購入以降

♥ 顧客のココロ

- 続ける価値はありそうだ。
- もっと安い商品に変えようか…。
- しっかりした会社みたいだし安心だ。



飽きさせない仕掛けや One To One の対応で会社のファンを増やしましょう!

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

スリープ客

低

掘り起こしのためのDMを打った際の再購入率

高