

(株)いなげやにおけるカスタマージャーニー・プロジェクト企画

アジアショッパーインサイト研究会ICCプロジェクト 堀合 洋介
クックパッド株式会社 データマーケティング事業部 部長 村上 雅洋
中央大学ビジネススクール 教授 中村 博



中央大学



cookpad



いなげや

<confidential>

コネクテッド・カスタマーの構築 過去の取り組みについて

- ・期間限定のキャンペーンページを作成
- ・アンケートに回答し、データ連携許諾に同意したユーザーにingポイント300pとクックパッドプレミアムサービス3ヶ月無料（308円/月(税込)）をプレゼント

<2018年度>

- ・クックパッドメルマガでアンケート依頼とセットで実施



連携ID数

106ID

<2019年度>

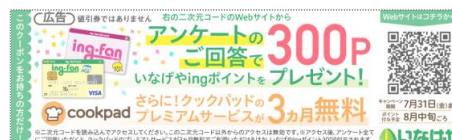
- ・カタリナクーポン、いなげやメルマガ、クックパッドメルマガの3手法で実施
(約84,000件送信)



193ID

<2020年度>

- ・いなげや東村山市役所前店にしぼり、カタリナクーポンを配信
(約5,000件送信)



55ID

現状合計354ID

<confidential>

コネクテッド・カスタマーの構築 2021年度取組み案

過去最も反応率の良い、いなげや店舗でのカタリナクーポン発券からの導線に絞って実施。

いなげや全店にて、直近の利用実績のある59歳以下のポイントカード会員を対象に全店で発券



■ 対象発券会員数：約10万IDを想定

- ・期間限定のキャンペーンページを作成
- ・アンケートに回答し、データ連携許諾に同意したユーザーにingポイント300pとクックパッドプレミアムサービス3ヶ月無料（308円/月(税込)）をプレゼント

・連携ID数目標：1,000ID

・スケジュール

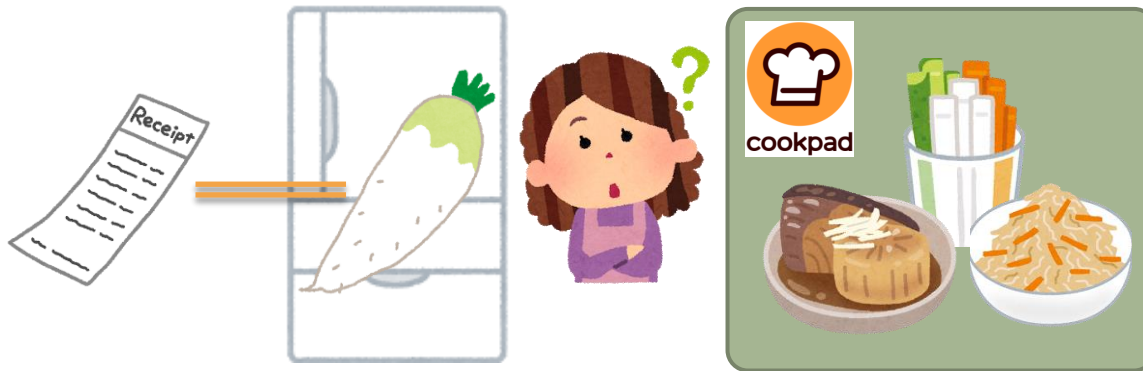
2021年5月～7月実施を想定

可能であれば、年度内複数回の実施を検討

コネクテッド・カスタマーのデータ活用 今後の展望について

展望①

購買データより食料品の家庭内在庫を推定し、家庭内在庫に沿ったメニューの提案をクックパッドサイト側から行う。



クックパッドサイト内の
行動変容が見られるか？
次の購買への誘導が可能か？

展望②

小売側の販売計画に沿った、バナー広告などのだし分け、ハンドリングを行う事で、購買行動の変容が見られるか？



チラシ掲載などの前に
対象ブランドをWEBにて
訴求。