

リストを活用し、見込顧客を大量送客

～ 自動車メーカー 見込客送客キャンペーン ～

キャンペーンリストを有効活用し、購入意向把握によるHOT層の送客を実現！

課題

キャンペーンリストを有効活用して販売へ繋げたい

新車発売に伴い、新車1台プレゼントキャンペーンを実施する。キャンペーンリストを販売に繋げたい。

効果

通常の3倍成約！ネット会員から販売会社への大量送客

アンケートを実施し、新車発売日に送信したメールの反応を捕捉。高反応・好回答者をリスト化、車購入意向情報と併せて分類し、営業へと繋ぐことで大量送客を実現した。

- 簡単なアンケートを実施し、現有車情報や購入予定時期など、車の購入意向から見込顧客を把握。
- 新車発売日にメールを送信し、車種情報を提供し反応を捕捉。
- 送信したメールから高反応・好回答者をリスト化し、車購入意向情報と併せて顧客分類を実施。
- 営業担当者がOnetoOne対応を実施し、購入意向を高めてから送客。

購入意向把握によるHOT層の送客

車購入意向情報と併せて、回答・履歴による顧客分類を「一般層」「準HOT層」「HOT層」「超HOT層」と分類することで効率的な営業活動を実施し、通常の3倍成約が実現された。

