

顧客との関係を深める メールマーケティング講座

第1回

BMWジャパンにみる
メール配信ASPの活用方法
～データベースと連携し、CRMを促進する～

アルトビジョン × BMWジャパン

BMWジャパンの メールマーケティング戦略

多くのファンを持つBMWジャパン

すでに豊富な顧客データベースを持っている企業やブランドの場合、既存のデータや基幹システムといかにかうまく連携させたメール配信システムを構築できるかが、戦略の成功を左右する。マーケティング戦略において、欠かせなくなったメール配信。その成功の秘訣を、BMWジャパンの事例をもとに解いていく。



BMWジャパンの公式サイト。
メールでもブランドのストーリーや世界観を伝えていく。

メールを販売促進につなげるだけでなく、自社ブランドの背景となるストーリーを伝えたいという思いがあり、定期的に効果的なコンテンツで情報を伝えられるシステムが必要でした」と語る。

メール配信ASPの導入

メール配信システム導入にあたっては、既存のデータベースとメール配信の仕組みをうまく連携するという課題があった。そうした高度な課題に答えられ、かつインターフェースシステムの開発力と豊富な実績を持つアルトビジョンを評価し、メール配信ASPを利用したメールマーケティング戦略が実現した。

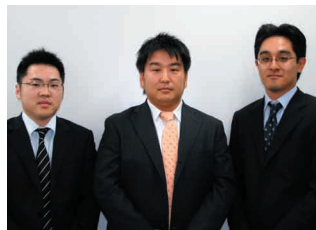
新システムの導入直後から、HTML形式でのメール配信をオーナーや見込み顧客を対象に開始。また、顧客の居住エリアや関心の度合いによって配信内容を分けるなど、内容をセグメント化したプロモーション戦略の柔軟な実行も可能となった。

「BMWの、駆けぬける欲び」というブランドメッセージを、ビジュアルインパクトを持つメールで届けることで、マーケティング効果が大きく変わってきます。CIもありますから、新しいお客さまにもそれを知って、感じてもらいたいのです」(田島氏)。

アルトビジョンの阿形達志氏は「システム連携にあたっては、十分にヒアリングを行い、複数企業間でしっかりとコミュニケーションをとり、マーケティングとシステム領域を柔軟につなぐことを目指しました」と語る。

導入の効果

導入後は、メールのクリック数や運動したキャンペーンへの応募も増加しているとのこと。モバイル配信も可能という拡張性を活かすなど、今後はコンテンツを随時拡大し、さらに顧客との関係性を深めていく施策を行っていくそうだ。



アルトビジョン 阿形達志氏(右)、
BMWジャパン 田島崇氏(中)、
アルトビジョン 服部克哉氏(左)

お問い合わせ
株式会社アルトビジョン
〒104-0061 東京都中央区銀座2-16-11 片帆ビル3F
TEL: 03-5550-6440
URL: <http://www.altovision.co.jp/>