
マーケティングに活用するための データベース設計基礎

インプット

重要なポイントになるのは・・・

アウトプット

データベース
設計

データ登録/更新
方法

コミュニケーション施
策設計

効果測定方法

アウトプットを考える。次に、そのための
インプットに何が必要か？を考える。

コミュニケーション施策設計

【施策設計の考え方】

接点をもてた(データベースへの登録/格納ができた)LTV向上のための施策をどのように実行していくか。

基本的な考え方のステップ

やるべきことと出来ることを把握して優先順位をつけて実行する。

目的の整理

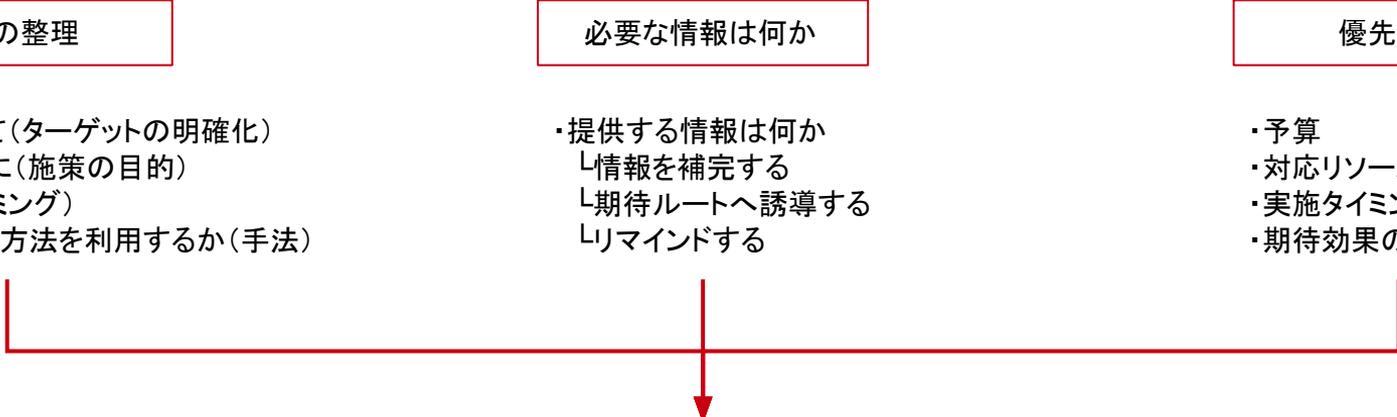
- ・誰に対して(ターゲットの明確化)
- ・なんの為に(施策の目的)
- ・いつ(タイミング)
- ・どのような方法を利用するか(手法)

必要な情報は何か

- ・提供する情報は何か
 - └情報を補完する
 - └期待ルートへ誘導する
 - └リマインドする

優先順位

- ・予算
- ・対応リソース/スケジュール
- ・実施タイミング
- ・期待効果の即効性



必要な施策の検討

今必要な施策、これから必要になる施策を分けて検討