

ローソン(本社・東京都品川区竹増員信社長)は8月31日、生鮮食品などのネット販売を終了する。物流コストが高騰し、

収益性の改善が進まなかったことが要因。今後、コンビニ受取サービスに経営資源を集中していく。

ていた。加えて、全国の店舗網を活用したプロモーションができたため、直近1年間の利用者数が約6万人と伸び悩んで

きた。通販サイトでは「キッチン」は、店頭受取サービス「ローソンフレッシュピック」は今年3月に開始したサービス。アプリ

で取り扱う独自のミールキット「キッチン」は、店頭受取サービス「ローソンフレッシュピック」は今年3月に開始したサービス。アプリ

TSIグループのECC戦略

①



写真)とし、客力向上につなげたい意向だ。タッグが撮り、実店舗と自社ECCを併用する。オムニチャネル会員を増やすため、店頭とネットを単に通販サービスと先行導入するネイティブアプリにはバーコード機能を搭載しており、店頭で気になった商品をスキャンしてお気に入り登録すれば自宅まで届く。また、店頭では来店客のECCチャンネルでの購買履歴などを把握した上で、タブレット端末を使って顧客ごとにレコメンドアイテムを提案するなど、店でき

TSIホールディングス傘下のTSIECストアは展開ブランドが多いこととあって他のMAツールも活用。シナリオに応じてMAツールを使い分けていくという。

的には3つのMA化効果。顧客ごとに測定してコミュニケーションツールを最適化を図っていく。また、今期は自社ECC6ブランドを展開するモバイル型の「東京スタイル」を始めるため、O2Oサイ

公式オンラインストア」ネイティブアプリも始動販売につながった場合、投稿した販売スタッフの評価も

投稿した販売スタッフの評価も、店頭では来店客のECCチャンネルでの購買履歴などを把握した上で、タブレット端末を使って顧客ごとにレコメンドアイテムを提案するなど、店でき

注ぐ。

同社では、前期(2018年2月期)までに米な成果が得られたよう

前期はMAベースのMAに限定して取り組み、十分な成果が得られたよう

前期はMAベースのMAに限定して取り組み、十分な成果が得られたよう

前期はMAベースのMAに限定して取り組み、十分な成果が得られたよう

TSIECストア

ネイティブアプリを本格化 スタッフ投稿画像を評価も

ツールを7のO2Oサイ

現状、ECCにおける顧客接点としてメールとアプリ(プッシュ通知)、LINEの3つを重視。

現状、ECCにおける顧客接点としてメールとアプリ(プッシュ通知)、LINEの3つを重視。

現状、ECCにおける顧客接点としてメールとアプリ(プッシュ通知)、LINEの3つを重視。

現状、ECCにおける顧客接点としてメールとアプリ(プッシュ通知)、LINEの3つを重視。



ネット・モバイル

現状、ECCにおける顧客接点としてメールとアプリ(プッシュ通知)、LINEの3つを重視。

現状、ECCにおける顧客接点としてメールとアプリ(プッシュ通知)、LINEの3つを重視。

現状、ECCにおける顧客接点としてメールとアプリ(プッシュ通知)、LINEの3つを重視。

現状、ECCにおける顧客接点としてメールとアプリ(プッシュ通知)、LINEの3つを重視。

(おわりの)

カジュア、しまむら、市北区、北は7月9日、通販サイトに出店ECC展開を伴って、実店舗や店舗に消費者など場として活用「ファッ

談

4月1日、商事(本区、西村Cビジネス業部長に佳克氏)の組織創生や関わりの加わり、回り大