

実店舗EC攻略!LINE活用でLTV向上成功事例セミナー

2025年 9月15日(月)・16日(火)・17日(水)・18日(木)
[10:00~12:00] [10:00~12:00] [10:00~12:00] [10:00~12:00]

開催日時

ログイン開始 開始時間30分前～

開催場所 オンライン開催

お申込み
期日

・銀行振込み...開催日6日前まで
・クレジットカード...開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合がございます。

受講料

一般価格 税抜10,000円(税込11,000円)/1名様 会員価格 税抜8,000円(税込8,800円)/1名様

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法



【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/132251>

ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に右上検索窓に「132251」をご入力し検索ください。

船井総研
セミナー事務局

E-mail seminar271@funaisoken.co.jp

TEL 0120-964-000(平日9:30~17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。



お申し込みはこちら

最新経営ノウハウや
成功事例コラムを
メルマガ配信!



メルマガ登録はこちらから

セミナー内容

第1講座

事例大公開! 半年でLINEの友だち数を5,000人に増やし
売上成長へとつなげたそのノウハウを伝授!

とりえず公式LINEを作っては見たものの「友達の増やし方や運用の仕方がわからない!」というご相談を多くお受けします。本講座ではSNSと店頭接客を通してどのように友達数を増やし、LINE上でどのように購入までの導線を整えているのかをご紹介します。

第2講座

なぜ「今」LINEが必要なのか。
SNSを駆使した顧客を「ファン」に変えるファンマーケティングの全貌とは

広告費が高騰し続ける中、なぜLINEが必要なのか。リピーター獲得のためには多面的にお客様との接点を持つ必要があり、その1つとしてLINEが存在します。そんなLINEを用いた顧客をファンに変える方法をお伝えいたします。

第3講座

実店舗があるからこそECが伸びる!2025年最新のオムニチャネル戦略を徹底解説!

実店舗の購買データとECでの購買データを連携し顧客体験をシームレスにすることで、顧客満足度と売上拡大を狙うオムニチャネル戦略についてお伝えいたします。

講師紹介



株式会社船井総合研究所 DX支援本部
マーケティングイノベーション支援部 ECソリューションユニット

高田 陸

駒澤大学を卒業後、2024年新卒で船井総合研究所に入社。入社以来、デジタルマーケティングのサポートに従事し、モールEC参入に伴う市場調査をはじめとするEC事業の立ち上げに携わる。



株式会社船井総合研究所 DX支援本部 マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット リーダー

脇坂 修也

関西学院大学商学部を卒業後、2022年に新卒で船井総合研究所に入社。これまでHP制作やWEB広告といったデジタルマーケティングを通じて、リフォーム会社、皮膚科クリニックの業績アップや効率化、活性化を経験。2023年よりB to B to C向けのEC事業の立ち上げや業績アップ支援を中心に行っております。



株式会社船井総合研究所 DX支援本部 マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット マネージャー

日坂 大起

入社以降、リテールビジネスを中心にファッションアパレル/ビューティ関連のコンサルティングに従事。EC領域の横断型での分析/活性化のコンサルティングを得意とし、クライアント内での新規事業における組織活性化、インハウス化の実績を多数持つ。売上規模1億円未満から30億円規模の幅広いレンジでの経験をもち、現在では成長企業の第二本業化に向けた新ブランド/商品開発からのEC参入と中堅規模のECカンパニーへの計画作りを主にサポートしている。

服飾雑貨業界は知っておくべき
最新の“ファン”化マーケティング手法

実店舗×ECの事業拡大戦略!



実店舗EC攻略! LINE活用でLTV向上成功事例セミナー

SNS活用編

01 意外と知られてない。 顧客を“ファン”に変えるファンマーケティングのノウハウ

ファン化は一朝一夕に実現するものではなく、「認知」から始まり、「興味・関心」「初回体験」「継続利用」を経て、ファン化となる段階的なプロセスがあります。本セミナーでは、それぞれのフェーズでの顧客の心理に合わせたアプローチがいかに重要かを学ぶことができます。

02 中小企業の多くが悩むリピーター獲得で LTVをアップさせた手法とは?

新規顧客の獲得はうまくいく会社は多いですが、初回購入からのお客様との接点づくりが弱く、リピーター獲得までの設計ができていない会社も多くございます。そんな会社が取り組むべきLINEを主軸としたよりパーソナライズした配信などによるリピーター獲得とLTV向上戦略を解説いたします。

03 明日から使える! 店舗とSNSからLINE友だちを増やすテクニック

LINE友だちは資産です。そのLINE友だちという資産をどう増やすか、見込み客をどのように増やすのかを事例を交えてお伝えいたします。

04 実店舗とECで相乗効果を生むオムニチャネル戦略とは

店舗だけ、ECだけでは売れない。店舗とECの購買データを連携させて、売上を最大化させるオムニチャネル戦略について解説いたします。

主催



サステナブルグロースカンパニーをもっと。

Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

実店舗EC攻略!LINE活用でLTV向上成功事例セミナー

お問い合わせNO.S132251



当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)右検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。→

132251

服飾雑貨業界向け

なぜ今、SNS戦略を強化するのか

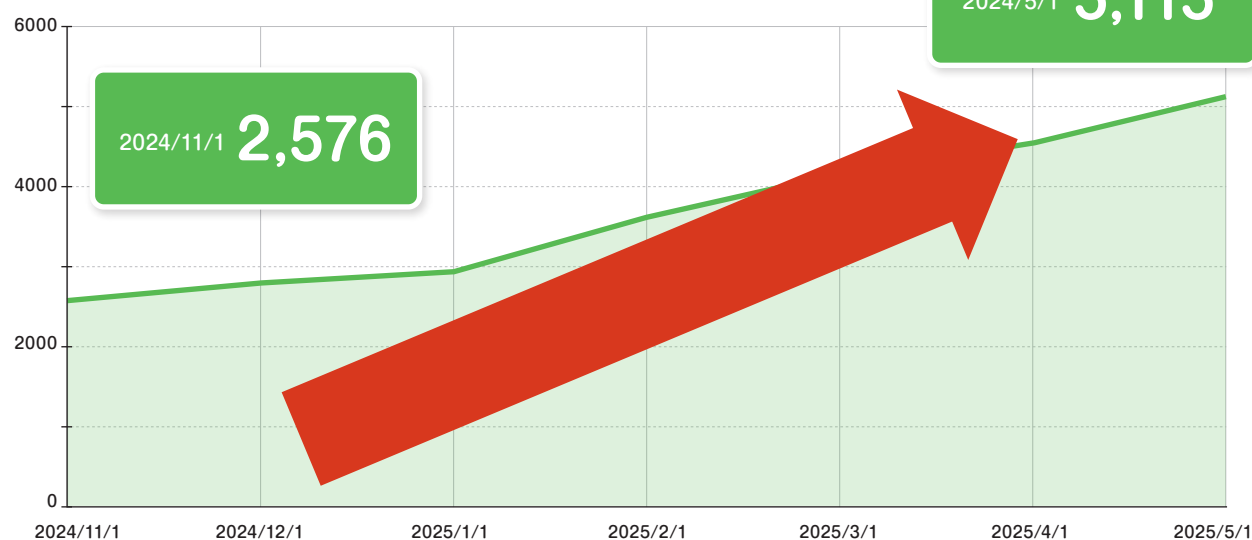
実店舗での売上が頭打ちになり、新たな販売チャネルやリピーター獲得に課題を感じている企業は少なくありません。このような現代において、SNS、特にLINEの活用は、今やビジネス成長に不可欠な要素となっています。従来の広告戦略だけでは限界が見える中、多角的にお客様との接点を持ち、顧客を“ファン”へ育成することがLTV（顧客生涯価値）向上の鍵を握ります。特にLINEは、顧客との関係を深め、よりパーソナライズされたアプローチでリピーターを増やし、最終的に売上を最大化する強力なツールとなり得るため、今強化していくべきなのです。

実店舗ECのSNS戦略のポイント

1. メルマガからの脱却！半年でLINE友だち数を2倍にしたカラクリとは？

ネットユーザーの情報リテラシーは日々高まり、LINEの友だち追加に対するハードルも比例して上昇しているのが現代において、ただ漠然と「LINEに登録してください!」と訴求するだけでは、友だちは増えません。そこで重要になってくる考え方が「とりあえず追加しようかな」と思わせる顧客心理を突いた設計です。この発想が“見込み顧客獲得競争”において圧倒的な優位性を確立する要因です。

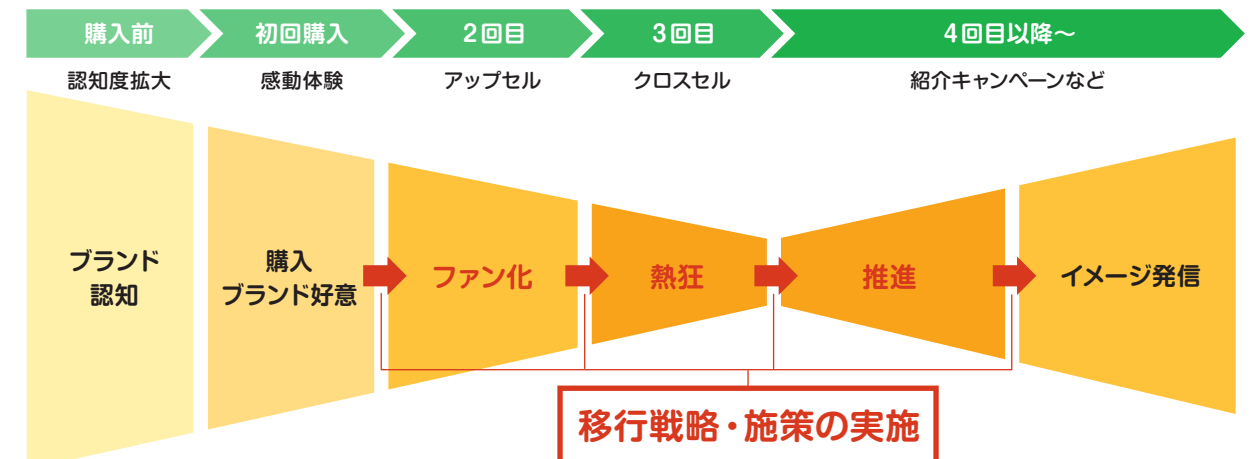
友だち数 半年で約2倍！



2. 顧客を「ファン」に変える！ファン化マーケティングを徹底解剖！

LINEの友だちが増えれば「ファン」が増えるという単純なものではない！

ユーザーがブランドを認知してから「ファン」へと成長していくまでの段階的なプロセスを理解し、公式LINEなどのSNSを通じてパーソナライズされた接客体験をオンライン上でも提供していくことが何よりも重要となってきます。



3. 実店舗があるからECが伸びる!? 最新のオムニチャネル戦略を徹底解説



単にオンラインとオフラインを併用するだけでは、現代の顧客ニーズには応えられません。今求められているのは、顧客を“ファン”に変え、LTV（顧客生涯価値）を向上させるための「オムニチャネル戦略」です。分断されがちな実店舗とECの購買データを統合することで、顧客一人ひとりの行動や好みを詳細に把握できます。これにより、顧客のニーズに合わせたパーソナライズされたアプローチが可能となり、より効果的なコミュニケーションとLTV向上につながる仕組みを構築できます。

下記に1つでも当てはまるのであれば、ご参加ください！

- ☐ 売上が頭打ちになってしまっており、新たな販売チャネルを検討している
- ☐ 新規集客はうまくいくが、リピーターがつかず、顧客離れが起きてしまっている
- ☐ 過去ECサイトの立ち上げにチャレンジしたが思うような成果を上げられなかった
- ☐ 限られた商圈でなく、全国で注文を受けられるようにしたい
- ☐ 実店舗でのアナログ接客は属人性が高く、接客を標準化したい

