



CORE X

PRODUCT GUIDE 2026

顧客を深く知り、 心が動く瞬間をつくる。

顧客データ、広告効果、メール・SMS・LINE・プッシュ通知。
獲得から継続までをひとつにつなぐ、統合CRMプラットフォーム。

WHAT YOU WILL FIND

- 01 顧客データを統合する仕組み
- 02 広告・媒体別の効果分析
- 03 4チャネルを横断する配信設計
- 04 占い・ECの具体的な活用シナリオ

WHY CORE X

顧客接点が増えるほど、 運用をひとつにつなぐ価値が高まる。

DATA

顧客情報がシステムごとに分かれ、ひとりの顧客像が見えにくい。

CHANNEL

メール・SMS・LINE・プッシュ通知が別々に運用されている。

MEDIA

広告のクリック数は見えるが、その後の購入・継続まで判断しづらい。

IMPROVE

配信結果が次の施策へつながらず、改善が担当者の経験に依存する。

CORE X APPROACH

知る → 分ける → 届ける → 測る。CRM運用のサイクルを一つの基盤で回し、獲得後の顧客体験まで設計します。

HOW IT WORKS

顧客理解から次の一手まで、 ひとつの循環に。

**LOOP, LEARN, IMPROVE**

配信結果と顧客行動をデータへ戻し、次のセグメントとメッセージへ反映。施策を重ねるほど、顧客理解とコミュニケーションの精度が育ちます。

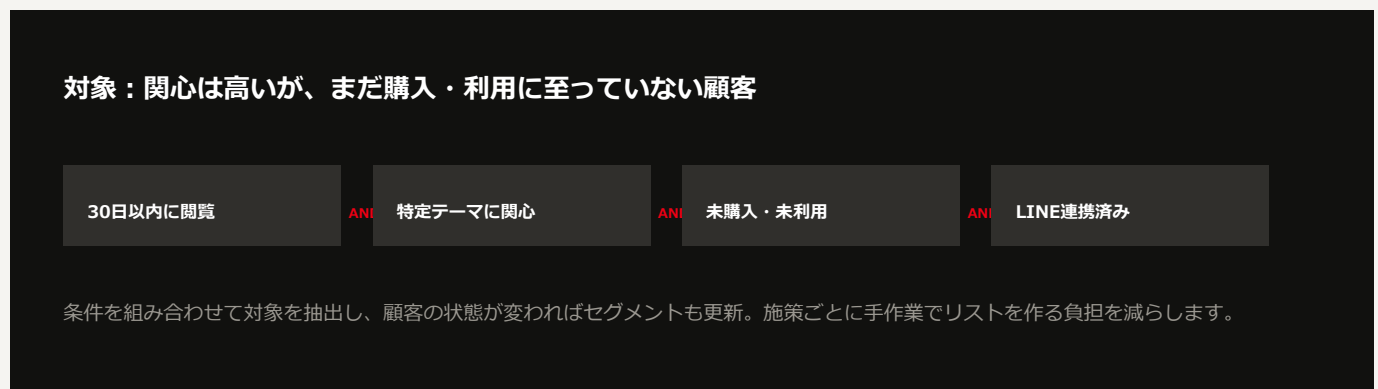
CUSTOMER 360

点在する情報から、 ひとりの顧客像をつくる。

DATA SOURCES



SEGMENT DESIGN EXAMPLE



MEDIA PERFORMANCE

その広告は、流入の先で どれだけ成果を生んだか。

媒体・キャンペーン・広告単位の流入情報を顧客データと接続。クリックだけでなく、登録、利用・購入、その後の継続まで比較できます。

ATTRIBUTION REPORT / SAMPLE

広告・媒体別パフォーマンス

流入元	流入	登録	購入	CV率
検索広告	8,420	1,684	506	6.0%
SNS広告 A	6,930	1,102	284	4.1%
動画広告	5,180	892	176	3.4%
提携メディア	4,150	538	118	2.8%
広告クリック 24,680	→ 会員登録 4,216	→ 利用・購入 1,084	→ 継続顧客 分析	

※ 数値は表示イメージです。計測項目は事業・データ構成に合わせて設計します。

01

流入量と成果を分けて判断

クリックが多い媒体と、購入率が高い媒体を比較。

02

広告接触後の配信へ活用

流入元や関心テーマをセグメント条件へ。

03

短期CVから継続・LTVへ

獲得後の利用状況まで評価する材料に。

4 CHANNELS

届け方を使い分け、 顧客体験を途切れさせない。

EMAIL	SMS	LINE	PUSH
詳しい情報を届ける	確実性を重視する	日常的な接点をつくる	今この瞬間に知らせる
コンテンツ・定期便・フォロー	期限・重要案内・再訪喚起	おすすめ・キャンペーン・再訪	更新・新着・タイムリーな通知

SCENARIO EXAMPLE



すべての顧客へ同じ方法で送るのではなく、目的・緊急度・顧客の状態に合わせてチャネルを選択。結果は顧客情報へ戻り、次の配信判断に活用します。

FORTUNE

興味の兆しを、 継続利用につなげる。

閲覧テーマや利用傾向を捉え、顧客の温度感に合わせて次の体験を届けます。

01

TRIGGER

無料コンテンツを閲覧

閲覧テーマや利用傾向を顧客情報へ蓄積。

WEB / APP

02

SEGMENT

関心テーマで顧客を分類

恋愛・仕事・金運など、興味に合わせて対象化。

CORE X

03

MESSAGE

再訪につながる情報を配信

LINE・PUSHで続きや関連メニューをご案内。

LINE / PUSH

04

NURTURE

利用状況に合わせて関係を深める

休眠・継続・優良顧客ごとに伝え方を最適化。

ALL CHANNELS

POINT

顧客の行動を起点に次の接点を設計し、配信結果をさらに次の施策へつなげます。

E-COMMERCE

検討の瞬間を逃さず、 購入後もつなぐ。

閲覧から購入、リピートまでの顧客行動を一続きの体験として設計します。

01

TRIGGER

商品閲覧・カートへ追加

関心商品やカテゴリ、検討状態を把握。

WEB / APP

02

FOLLOW UP

未購入顧客へフォロー

SMS・LINEなど、目的に合う方法で再接点。

SMS / LINE

03

CONVERSION

購入結果をデータへ反映

流入・配信から購入までの流れを確認。

CORE X

04

RETENTION

購入サイクルに合わせて再提案

関連商品、再入荷、買い替え時期を接点に。

ALL CHANNELS

POINT

顧客の行動を起点に次の接点を設計し、配信結果をさらに次の施策へつなげます。

IMPLEMENTATION

小さく始めて、 運用しながら育てる。

最初からすべてを変える必要はありません。目的と優先施策を整理し、必要なデータとチャネルから段階的に立ち上げます。

01

目的を整理

継続率、再訪、購入促進など、改善したいテーマを明確に。

02

データを確認

保有する顧客情報と流入情報、利用チャネルを整理。

03

優先施策を設計

成果につながりやすいシナリオから運用を開始。

04

結果から改善

対象・メッセージ・チャネルを継続的に調整。

PREPARATION CHECKLIST

☐ 改善したい指標・業務テーマ☐ 保有データの項目と形式☐ 現在利用している配信チャネル☐ 検討中の広告・媒体別分析項目

FAQ

導入検討で、 よくいただくご質問。

Q1 既存の顧客データは活用できますか？

保有データの形式やシステム構成を確認し、取り込み・連携方法をご提案します。

Q2 4チャネルすべてを使う必要がありますか？

事業課題や顧客接点に合わせ、必要なチャネルから検討できます。

Q3 占い・EC以外でも利用できますか？

継続的な顧客コミュニケーションを行うサービスで活用を検討できます。

Q4 料金や導入期間はどのように決まりますか？

利用規模、必要チャネル、データ連携、支援範囲を確認したうえで個別にご案内します。

NEXT STEP

事業と顧客に合った活用方法を、一緒に整理します。

現在の課題、顧客データ、利用チャネル、見たい広告効果をお聞かせください。