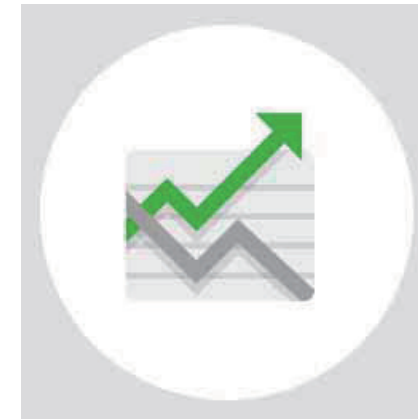




リターゲティング配信で
リピーターが増やせる



アクセスデータが
見える・貯まる・使える

《 知らない間に機会損失!?! 》 《 インターネットからの来訪を逃さない方法 》



KAROYA

株式会社 **KAROYA**

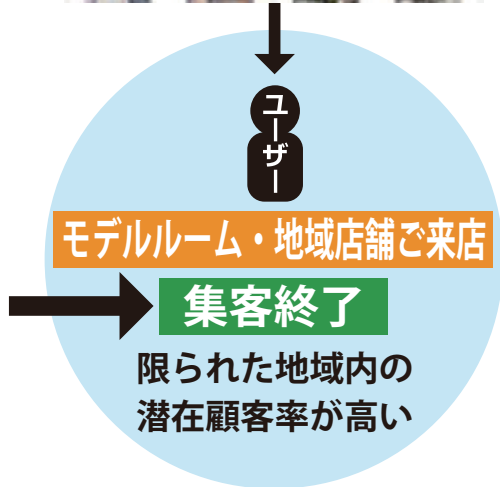
No1. Mobile movie production

『バンクマン』の導入でリピート＆新規来店者の獲得率UP！

従来のNET集客構造 不動産関連サイトの場合

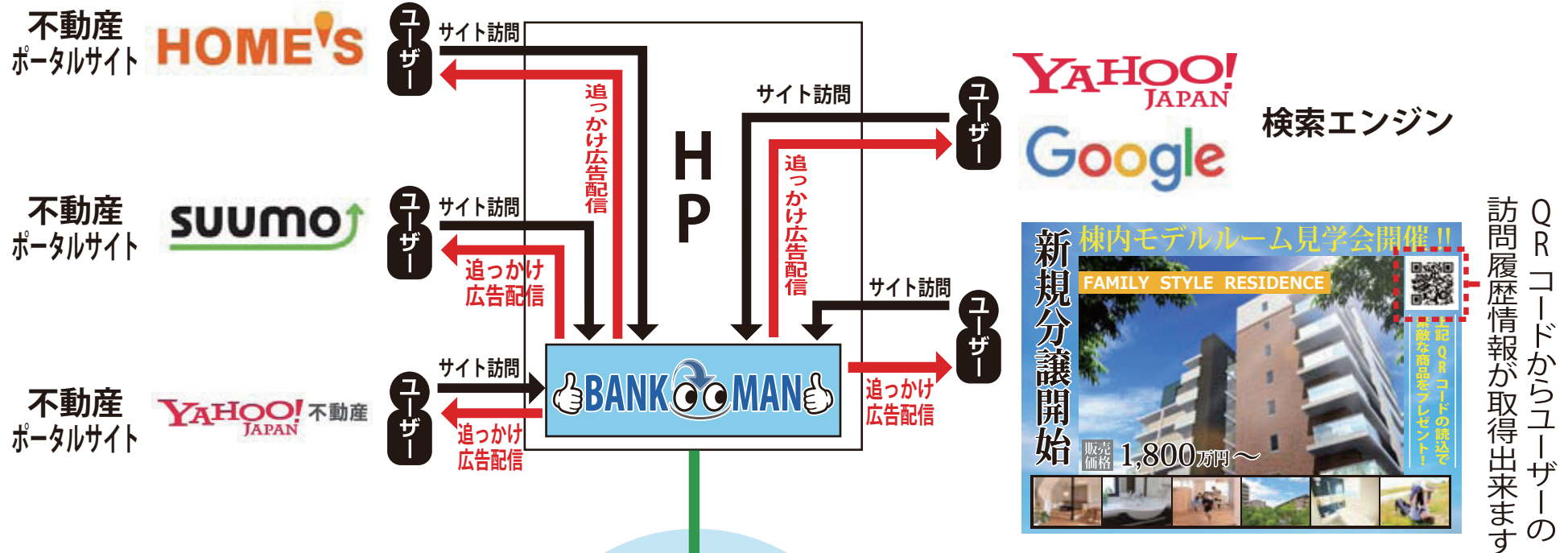


- 顧客の訪問履歴情報等のデータ収集が出来ていない。
- 再来店を促すアプローチが出来ていない。
- アクセス解析ツールの活用がされていない。(Googleアナリティクスなど)

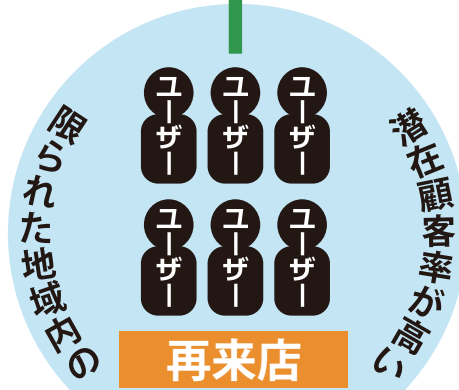


『バンクマン』の導入でリピート＆新規来店者の獲得率UP！

『バンクマン』での集客構造



- 顧客の訪問履歴から情報収集を行い、訪問者に再度広告を配信
- 再来店を促すアプローチを積極的に展開出来る。



継続して追っかけ広告配信が可能
地域・エリアを絞っての配信も可能

不動産潜在顧客、ネットユーザーの特徴

- 購入意識が高く、具体的な物件を探している確率が高い。
- 生活圏内での物件を希望している可能性が高いので地域を特定しやすい。



広告の訴求効果が高い

購買意欲の低いユーザーを排除出来る

『バンクマン』の導入でリピート & 新規来店者の獲得率 UP！

アクセスデータの有効利用は出来ていますか？

従来の管理・運用



↓

ユーザーのサイト訪問履歴
(アクセス数や訪問経路等)
の把握出来るだけ。

↓

ユーザーデータの有効活用
が出来ていない。

『バンクマン』を導入の場合



↓

ユーザーのサイト訪問履歴から、情報集積を行い
同じユーザーに対して再訪問のアプローチが可能

↓

ユーザーデータの有効活用が可能。
(楽R天や amazon 等で利用されている
リターゲティング配信での広告運用が可能です。)

月額費用：5 万円

費用内サービス内容

- ユーザーデータ集積機能
- 2年分のユーザーデータ蓄積
- リターゲティング配信機能
(約 15 万回配信)

↓

以下のようなサービスです。



こんな経験ありませんか？
一度興味を持った商品の
広告がよく表示される