

エンゲージメントソリューション「ワオエンゲージ」

WOW engage

サービスご説明資料

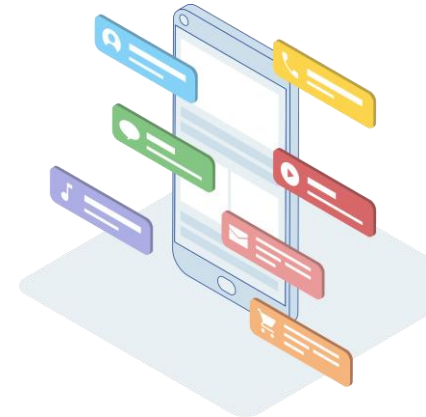
WOW
WOW WORLD

株式会社WOW WORLD（ワオワールド）

WOW engage ご相談窓口

MAIL : webinfo@wow-world.co.jp

TEL : 0120-569-248

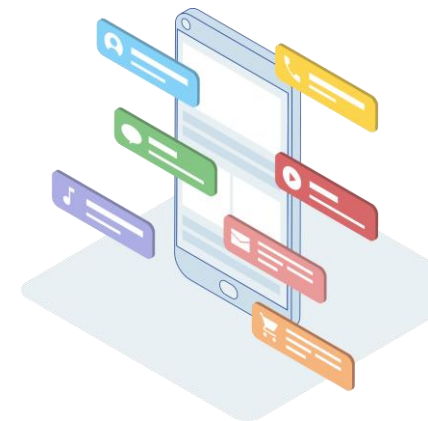
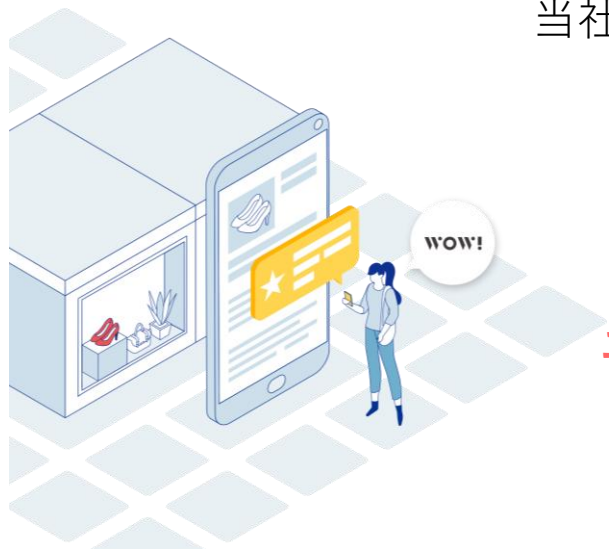


人々は毎日、企業から多くの情報を受け取っています。
メールやLINE、SMS、アプリのプッシュ通知、Web広告など、
情報を受け取る手段也多岐にわたります。

日々マーケティング活動に取り組んでいても、
「顧客の心を動かすのは難しい」と感じている企業様は
少なくないのではないのでしょうか。

当社WOW WORLDが提供する「**WOW engage**（ワオエンゲージ）」は、
顧客一人ひとりを深く理解し、喜ばれるコミュニケーション
を実現するエンゲージメントソリューションです。

企業と顧客のコミュニケーションを円滑にし、
エンゲージメントを高めることで、企業の価値向上に貢献します。



◆ WOW engageとは (P.4)

◆ 概要図 (P.5)

◆ できること (P.6)

- ①CDPによるデータ統合 (P.7)
- ②分析から施策立案へ (P.10)
- ③メッセージ配信 (P.11)

◆ メリット (P.12)

- ①顧客を深く理解できる (P.13)
- ②戦略・施策の質を高められる (P.16)
- ③さまざまなチャネルからアプローチ (P.19)
- ④外部システムと連携させて活用 (P.21)

◆ システム概要イメージ (P.22)

◆ 実現すること (P.23)

◆ 主な機能 (P.24)

◆ 確認できるレポートの一例 (P.25)

サマリーレポート (P.25)

AIサイト診断レポート (P.26)

競合分析レポート (P.27)

サイト横断レポート (P.28)

◆ 活用シーン (P.29)

EC・小売／子ども服アパレルの例 (P.30)

保険／ダイレクト保険の例 (P.33)

化粧品／コスメ販売の例 (P.35)

◆ 価格体系 (P.37)

◆ コンサルティングサービス (P.38)

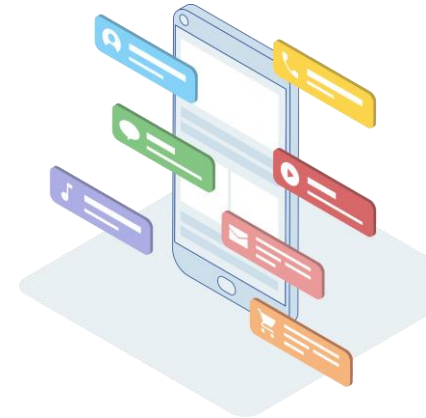
◆ ご利用の流れ (P.39)

WOW engage（ワオエンゲージ）とは

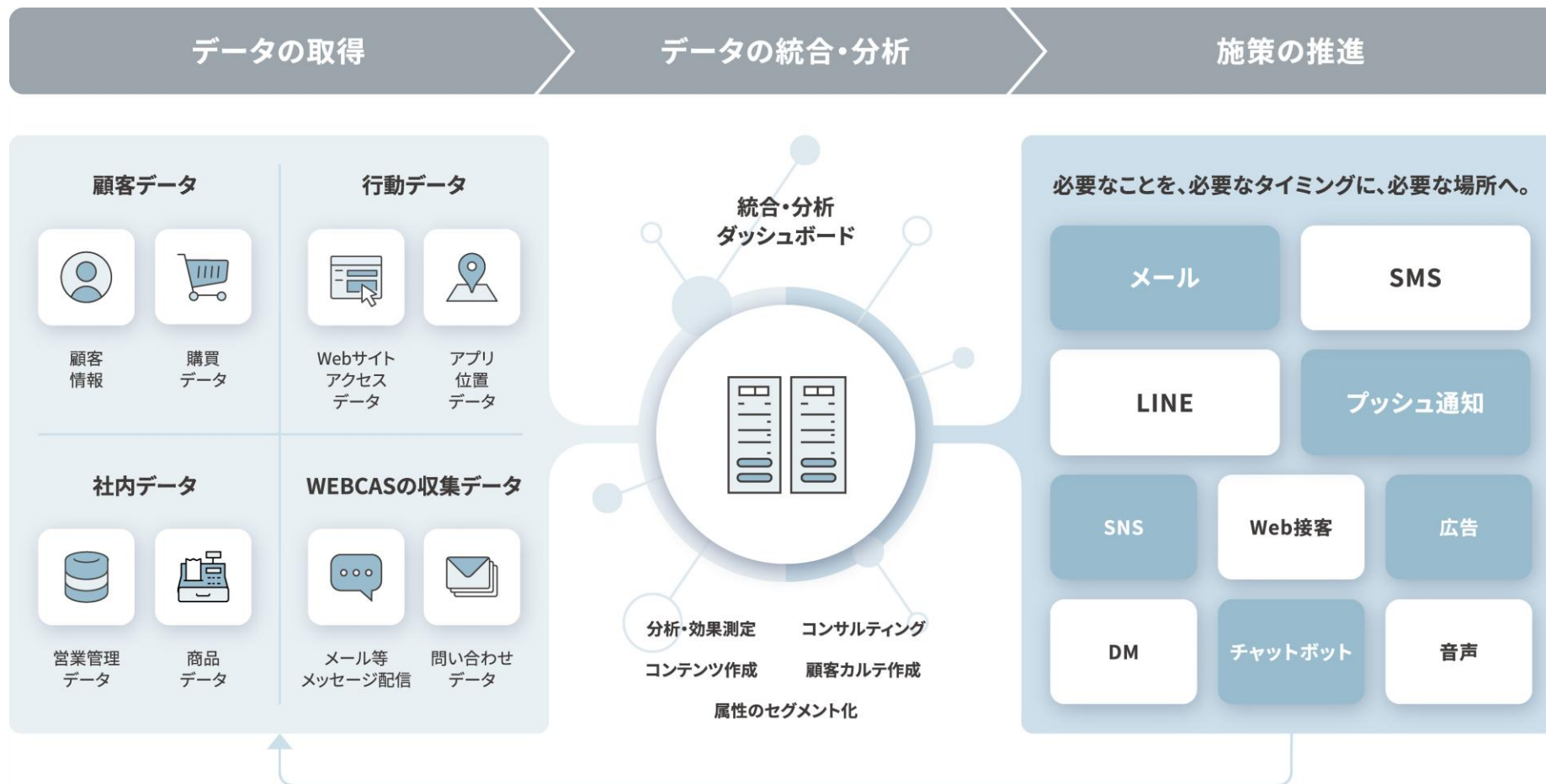
CDPによるデータ統合・分析と、メールやSMSなどのメッセージ配信。
すべて**ワンパッケージで実現**できるエンゲージメントソリューション

ワオエンゲージ

WOW engage



企業が持つ顧客情報と購買・行動履歴等のデータを統合し、顧客にとって最適なタイミングに、最適なツールを選択して、最適な情報を送り届けます。



WOW engageは、CDPで統合・分析するだけではありません。統合・分析したデータから優れたマーケティング施策を実施し、顧客とのコミュニケーションまでをワンストップで実現します。

1 CDPによるデータ統合

2 分析から施策立案へ

3 メッセージ配信



- 🌀 顧客データが社内のあちこちに存在している（データのサイロ化）
- 🌀 部署や担当者によって集計方法がばらばら
- 🌀 顧客データがマーケティングに活用できていない

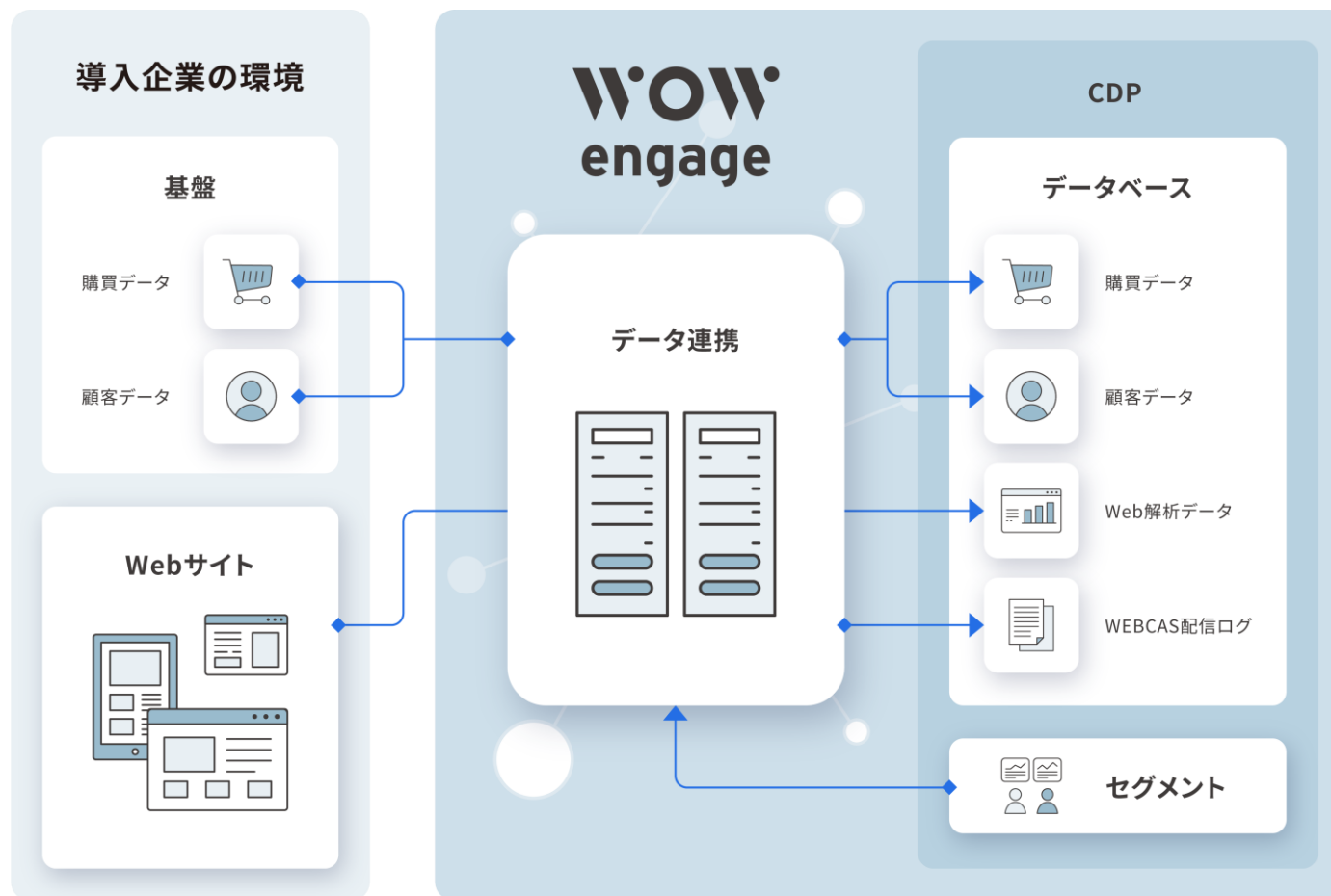
など、企業が抱える多くの課題はWOW engageで解決できます。

まずは、WOW engage のCDP（カスタマー・データ・プラットフォーム）機能で、社内で分散して管理されているあらゆるデータを統合し、コミュニケーション施策に活用するデータに作り変えましょう。



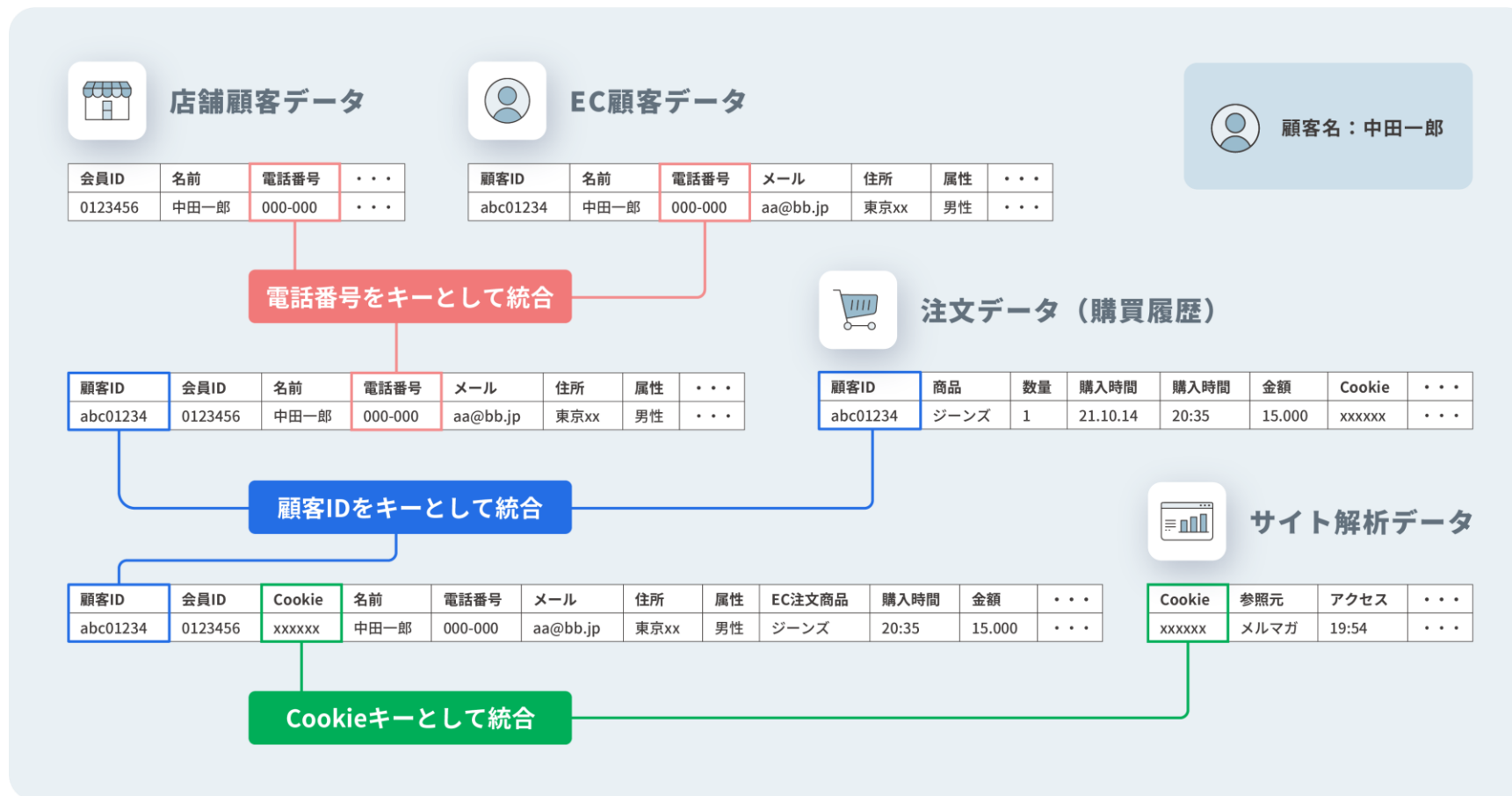
データ統合の例

取り込みたいデータを選定し、WOW engageに連携。データを統合し、セグメントしやすい形に整えます。



データ連携のイメージ

電話番号や顧客ID、cookieなどさまざまなデータをキーとしてデータを統合。顧客の解像度をあげていきます。



統合データを**分析**、さまざまな**セグメントを生成**し、**マーケティング施策を立案・実施**することが可能です。

施策の一例



Web閲覧者への配信

Webサイトの特定ページを閲覧しているものの購入まで結びついていない会員に、該当商品の案内や活用例などの紹介メッセージを送信し、購入意欲を高めることが可能です。

顧客データ

Web解析データ



カート放置者への配信

カートに商品を追加したものの放置している会員に対して、該当商品の在庫状況やクーポンなどを案内し、購入を促すことができます。

顧客データ

Web解析データ



購入者への配信

商品を購入した会員に、該当商品に関連する商品や、よく一緒に購入される商品を紹介する案内を送り、リピート購入を促すことができます。

顧客データ

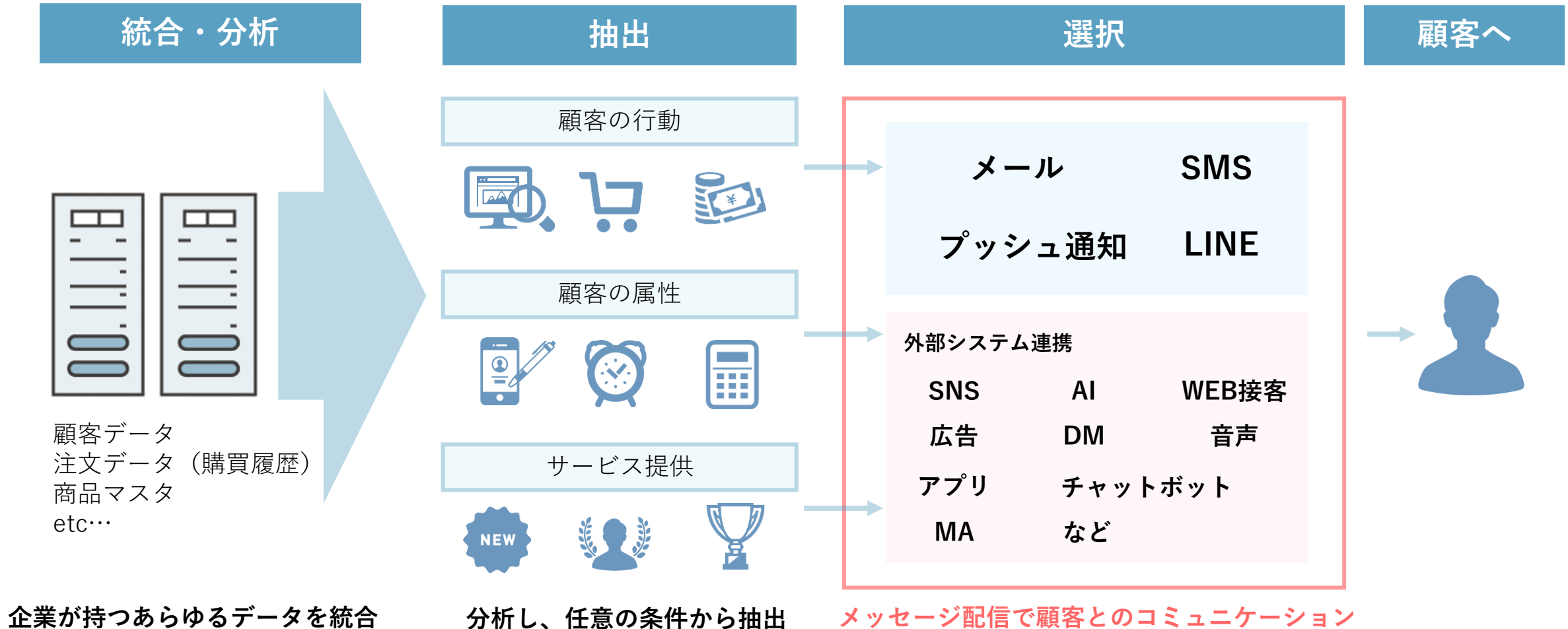
購買データ

Web解析データ

商品マスター

WOW engageでできること：③メッセージ配信

統合・分析したデータから顧客および顧客リストを抽出し、メール・SMS・プッシュ通知・LINEなど、**さまざまなチャネル**で**顧客とのコミュニケーション**をとることが可能です。



WOW engageは顧客理解を深め、さまざまなマーケティング課題の解決と強化を進めます。

- 1 顧客を深く理解することができる
- 2 マーケティング戦略・施策の質を高められる
- 3 さまざまなチャネルからアプローチできる
- 4 外部システムと連携させてデータを活用できる



導入のメリット：①顧客を深く理解することができる



顧客のデモグラフィック情報

一人ひとりに**顧客カルテ**をご用意。
推測に頼ることなく、正しく**顧客を理解する**ことができます。

← 一覧へ戻る

集計期間 2019-01-01～
データ更新 2020-08-30 01:00



bd73ee3b-a36f-4585-8d3e-967cba74f006

参照元 <https://sample.jp/>

会員ID	0010568	保有ポイント数	5,030pt	利用端末	PC / タブレット / SP
姓名	山田 花子	ポイント有効期限	2022-06-01	ブラウザ	Chrome
性別	女性	お子様生年月日	2022-01-20	アプリ	利用中
誕生日	2000-12-24	お子様性別	女の子	店舗	東京 / 町田
年齢	22	契約サービス	お菓子のサブスクA	会員登録日	2020-09-11
住所	東京都江東区	契約満了日	2026-09-30	平均購入金額	13,500円
職業	会社員	売上ランク	A (上位20%)	平均購入点数	2点

0e8962c8-5fef-4e44-84d9-08754d1abb9f

2022-07-31 22:02:56
親子でお揃いコーデ。親子服で赤ち…

PV 2075

大阪

参照元 <https://0000000000.jp/>

52015640-c1a3-4a4d-9df5-0cea84d49be9

2022-07-22 08:04:48
通常セールよりさらにお得なベビー…

PV 1004

参照元 <https://0000000000.jp/>

f743429e-4739-4184-b655-147959f779ea

2022-07-31 16:48:55
ショッピングカート | ○○○○

PV 691

福岡

参照元 <https://0000000000.jp/>

64770acc-8753-4ac2-b822-5e40acffb8b2

2022-07-29 17:29:20
おしゃれでかわいいベビー服。赤ち…

PV 648

参照元 <https://0000000000.jp/>

導入のメリット：①顧客を深く理解することができる

購買履歴

顧客が**いつ、何を購入したのか**を確認することができます。

Webサイト経由だけではなく、**実店舗・アプリ・モール**などあらゆる購入チャネルにおけるデータを一元管理できるため、顧客の購買行動を多角的にとらえることが可能です。



行動履歴

顧客の**行動履歴**を詳細に把握することができます。

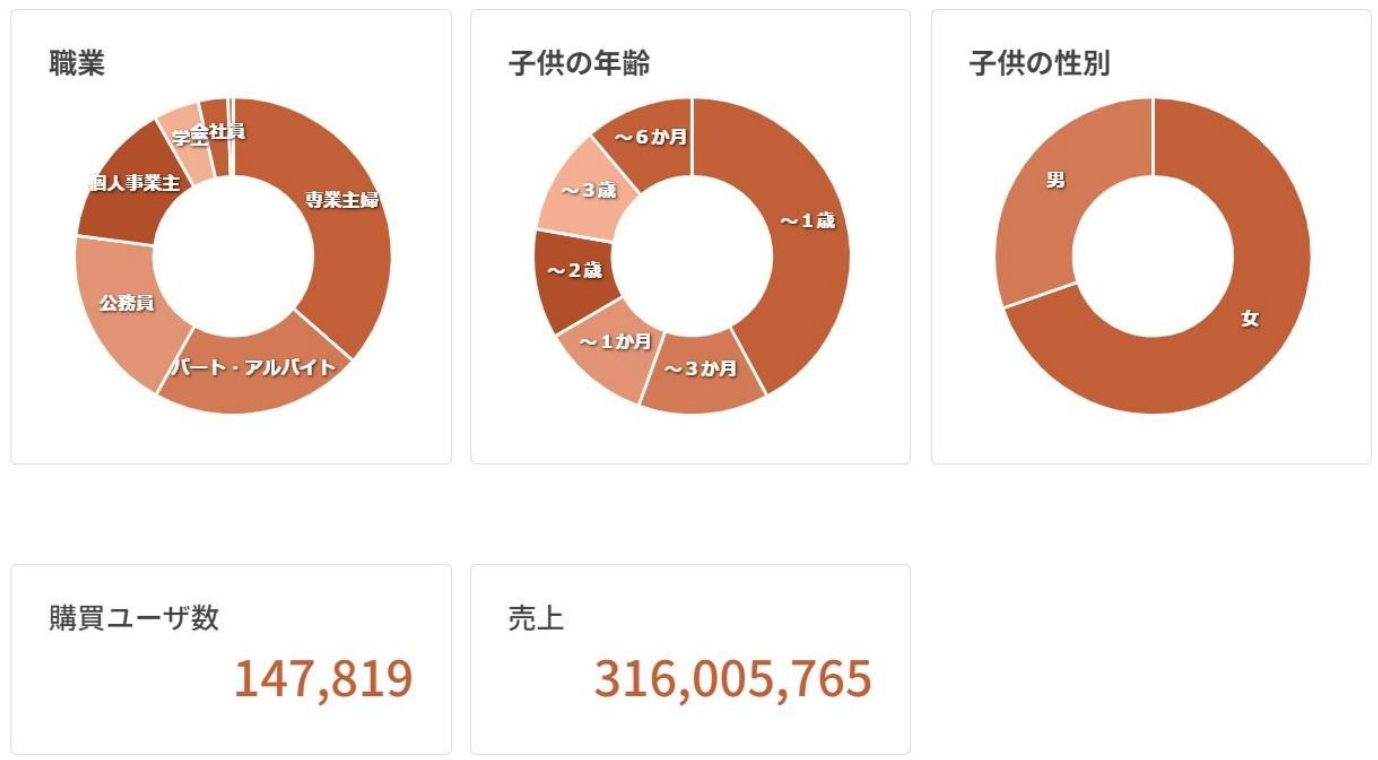
たとえば、ECサイトに訪問してから商品の購入に至るまで、**時系列に沿って追跡**することが可能です。

また、企業からのアプローチに対し**顧客が接触したかどうか**を確認することもできます。



使いやすいUIでPDCAを回しやすく

マーケティング担当者が分かりやすいUIにこだわっています。ダッシュボードはもちろん、データ連携や分析、施策の画面もシンプルなデザインを採用。日々のPDCAを回しやすいことがメリットです。



高度な分析で、結果につながる施策へ

元東京大学助教・西内 啓氏の知見が活かされた**高精度な分析機能**を搭載。統合した顧客情報を「統計的因果推論」などの手法で分析し、**マーケティング施策の内容・対象・タイミング**を決めることができます。



西内 啓氏

東京大学大学院医学系研究科医療コミュニケーション学分野助教、大学病院医療情報ネットワーク研究センター副センター長、ダナファーマー／ハーバードがん研究センター客員研究員を経て、2014年11月より株式会社データビークルを創業。自身のノウハウを活かした拡張アナリティクスツール「dataDiver」などの開発・販売と、官民のデータ活用プロジェクト支援に従事。著書に累計50万部を突破した『統計学が最強の学問である』シリーズのほか、『統計学が日本を救う』（中央公論新社）など。

プロのマーケティング戦略を活用

コミュニケーションデザインのスペシャリスト・椎葉 宏氏が設計したプランを、マーケティング戦略に活かすことができます。**最適なコミュニケーション施策**を実行することにより、**顧客エンゲージメントが高まります**。



椎葉 宏氏

京都大学経済学部卒。アンダーセン・コンサルティング（現アクセンチュア）戦略グループ、ネットエイジ（現ユナイテッド）事業開発担当執行役員を経て、2000年11月にアルトビジョンを設立し、代表取締役に就任。2012年11月、アルトビジョン他2社の統合により、エクスペリアンジャパン（現エンバーポイント）執行役員（～2013年3月）。2013年4月より、スペースシップ代表取締役。

圧倒的な実績を持つメッセージ配信機能「WEBCAS」と連携

当社が誇る「**WEBCAS（ウェブキャス）**」は、企業と顧客の双方向コミュニケーションを、メールやSMS、LINE、アプリプッシュなど、**さまざまなチャネルで実現できるコミュニケーションシステム**です。大手企業や官公庁をはじめ、さまざまな規模・業種のお客様にご利用いただいております。安心して**顧客とのコミュニケーション**をおこなっていただけます。



メール配信

WEBCAS e-mail

毎時1,000万通以上の高速配信ができる、パッケージ市場シェアNO.1のメール配信システムです。



SMS配信

WEBCAS SMS

最高99.9%の到達率。モバイルに660文字までのショートメッセージを配信するシステムです。



LINEメッセージ配信

WEBCAS taLk

自社の会員データと連携してパーソナライズLINEメッセージ配信を実現するシステムです。



アプリプッシュ・アプリ内メッセージ配信

WEBCAS app push

自社アプリで、顧客を動かすプッシュ通知やアプリ内メッセージを手軽に配信できるシステムです。

導入のメリット：③さまざまなチャネルからアプローチできる

WEBCASシリーズの実績

当社のメッセージ配信機能「WEBCAS（ウェブキャス）」は、**20年以上**の販売実績があり、**10,000社以上**の企業様に選ばれています。

メール送信市場※
年商5,000億円以上・
Webアンケート作成市場 共に

シェア **No.1**



BOXIL SaaS AWARD 2024
BOXIL SaaSセクション
メール配信システム部門
Webアンケートツール・
システム部門

1 位



「ITreview Grid Award 2025 Summer」
メールマーケティングツール部門
Webアンケート作成ツール部門
計4部門

最高位の
Leader 受賞



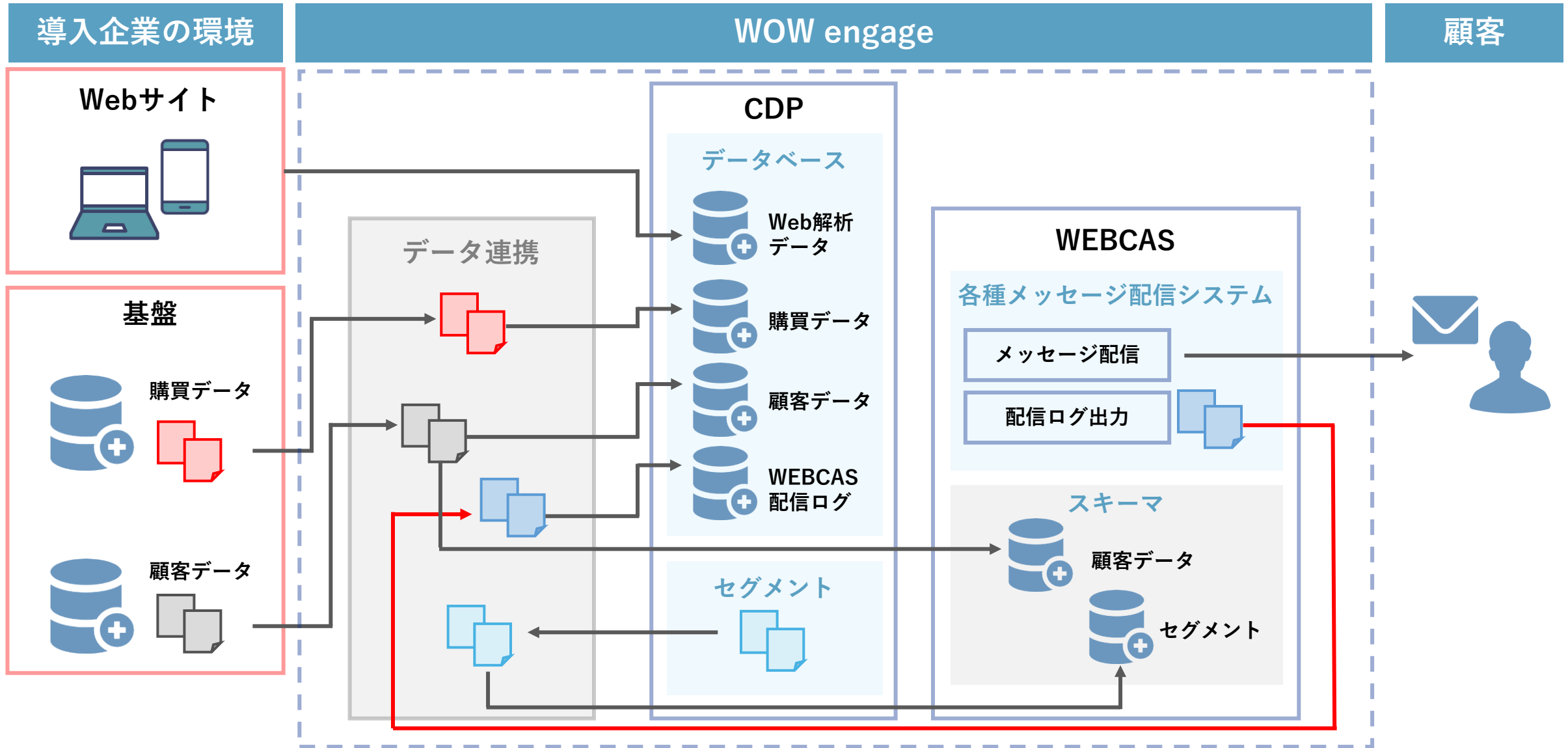
※ ITR発行「ITR Market View：メール／Webマーケティング市場2025」2023年度実績（売上金額ベース）

導入のメリット：④外部システムと連携させて、データを活用できる

顧客との新たなコミュニケーションも可能

SNS、AI、広告、Web接客、チャットボットなど、**外部システムとの連携も可能**です。マーケティング施策の幅が広がり、顧客との新たなコミュニケーションも可能となります。





WOW engageで企業のマーケティングを強化することで、**得られる効果**の一例をご紹介します。



売上の向上



優良顧客のロイヤリティの向上



新規顧客をファン化し、優良顧客化
(LTVを向上)



休眠顧客の再訪（アクティブ化）



Webサイトや広告などマーケティング
施策の最適化



オムニチャネル化














効果の高い施策の実施



施策の見える化

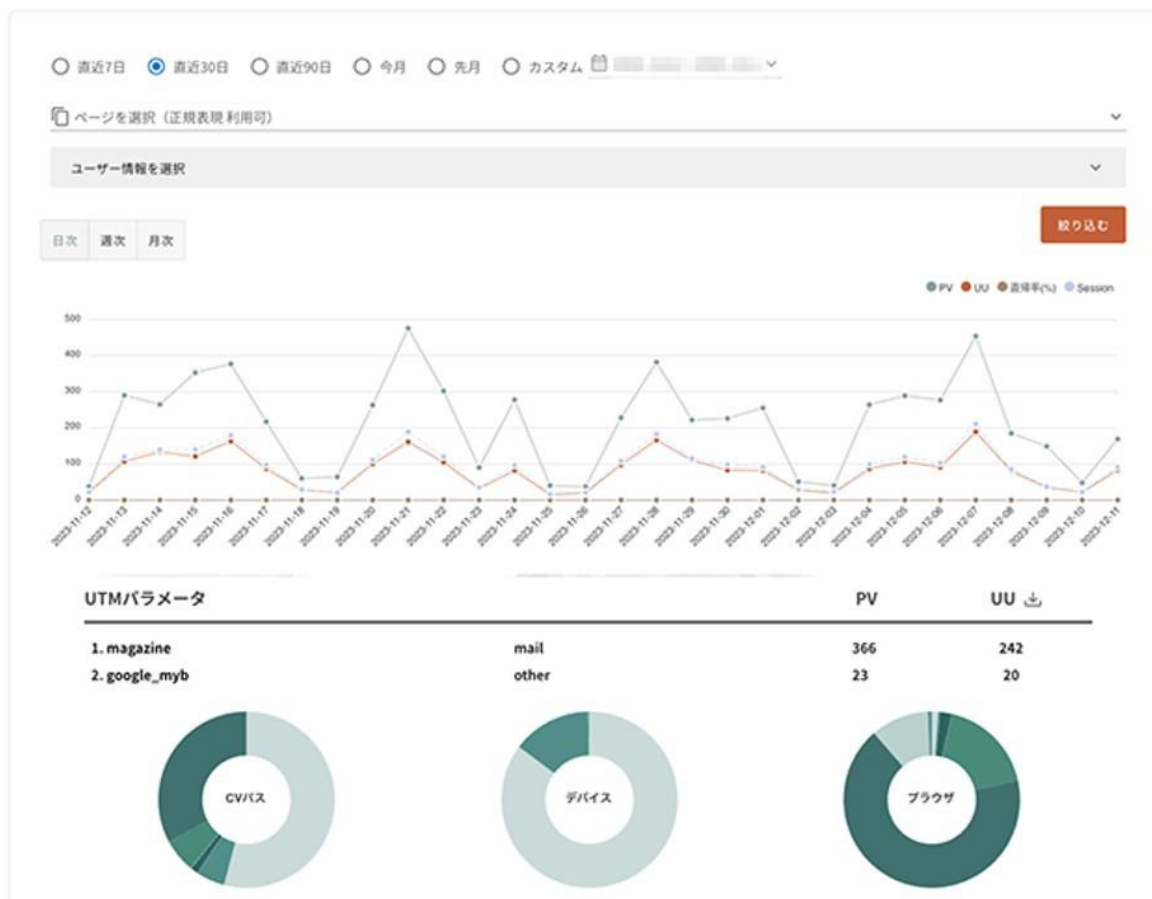
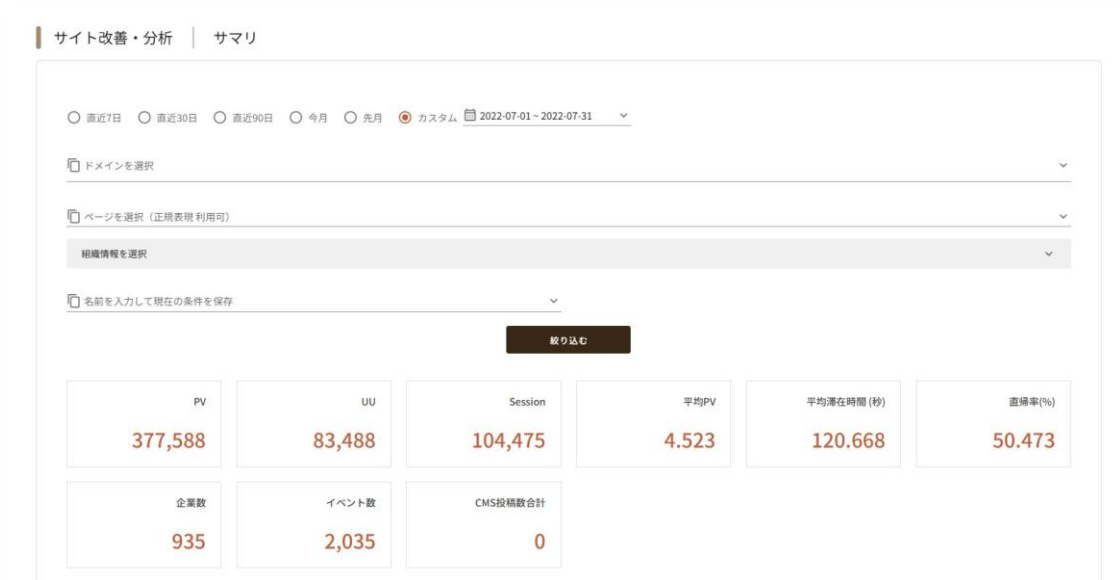
統合・連携、分析、マーケティング施策に関する主要な機能をご紹介します。

統合・連携系		分析系	施策系	
Webトラッキング機能  独自の1st Party Cookieを発行し、Webサイト閲覧者の行動情報を収集することが可能です。		ダッシュボード・分析機能  実施した施策やセグメント人数の把握、連携データの管理などのレポートをご用意します。	メール配信機能  「WEBCAS e-mail」と連携し、スムーズなメール配信を実現。毎時240万通の大量配信や、ステップメールなどが可能です。	SMS配信機能  「WEBCAS SMS」と連携し、スムーズなSMS配信を実現。他チャネルとの併用プロモーションに活用いただけます。
データ連携・統合機能  基幹システムのデータやWebアクセスログなど、さまざまなデータと連携が可能。取り込み出力対象の選択、連携設定が画面上から実施できます。		セグメント・リスト抽出機能  任意の条件で顧客や顧客リストに抽出し、施策に活用できます。例えば特定ページの閲覧者と特定商品の購買者を組み合わせる条件設定が可能です。	LINE配信機能  「WEBCAS taLk」と連携しスムーズなSMS配信を実現。ロイヤリティの高いユーザーへのプロモーションに効果的です。	アプリプッシュ機能  スマートフォンのアプリケーションから、インストールした人にメッセージを配信する機能。一斉配信の他に抽出したリストデータに配信も可能です。
システム連携機能  さまざまな外部システムと連携し、データの自動取り込みならびに名寄せ、データクレンジングを実施できます。		顧客カルテ  データ連携したことで紐づいた顧客情報を一人ひとり確認する画面を用意いたします。	外部チャネルシステム連携機能  WEBCAシリーズのチャネルと連携する以外に、SNS、AI、広告、アプリ、Web接客、チャットボット、DM、音声など外部システムとの連携が可能です。	

確認できるレポートの一例：①サマリーレポート

実施したマーケティング施策の効果を**すぐに確認**することができ、**スピーディーにPDCAを回す**ことができます。

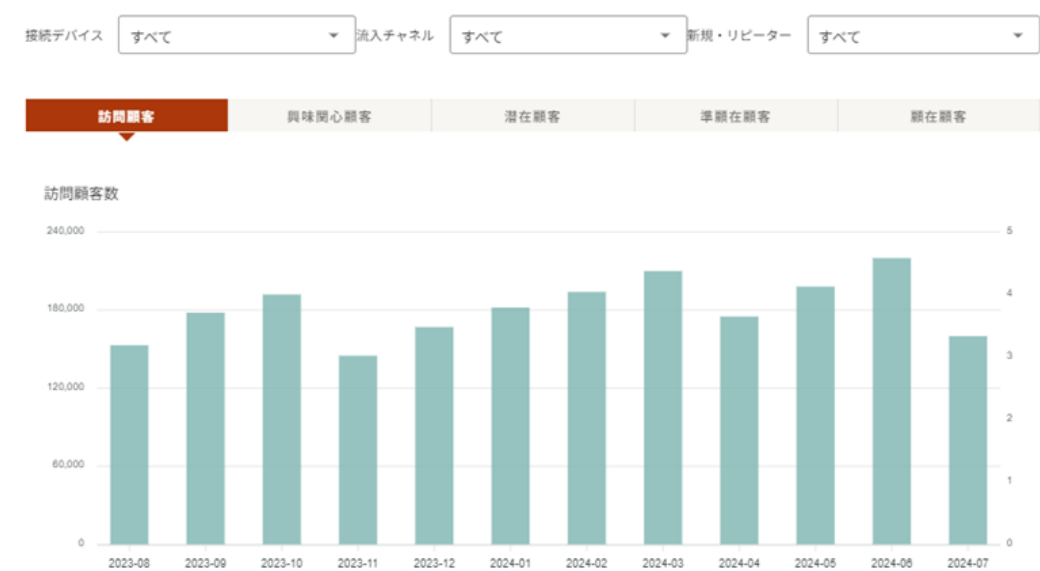
- 💡 ダッシュボードに欲しい情報のサマリーを表示
- 💡 独自のBIも設定可能
- 💡 複数のセグメントのデータを計測
- 💡 複数のワークフローを設定



確認できるレポートの一例：②AIサイト診断レポート

データ分析から改善提案までを自動化し、Webサイトの最適化およびビジネス成果の向上をサポートします。

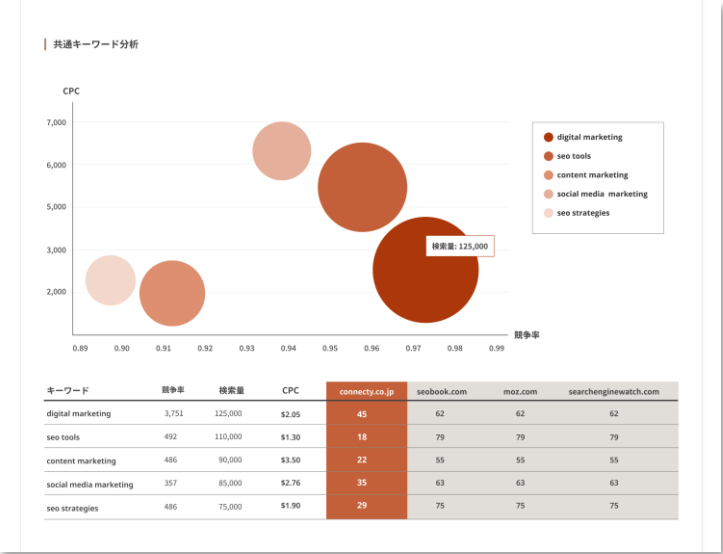
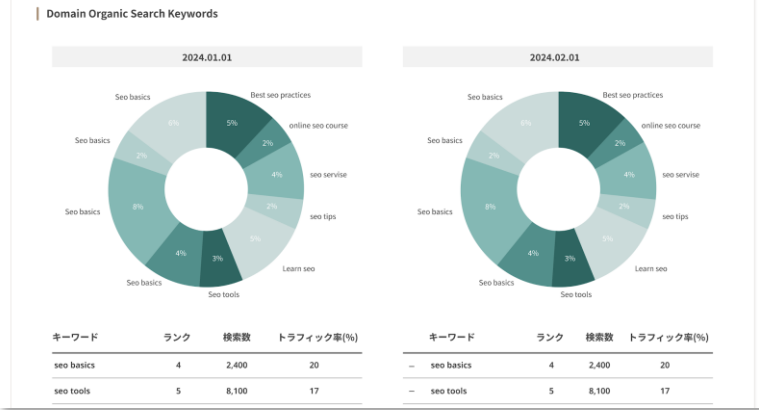
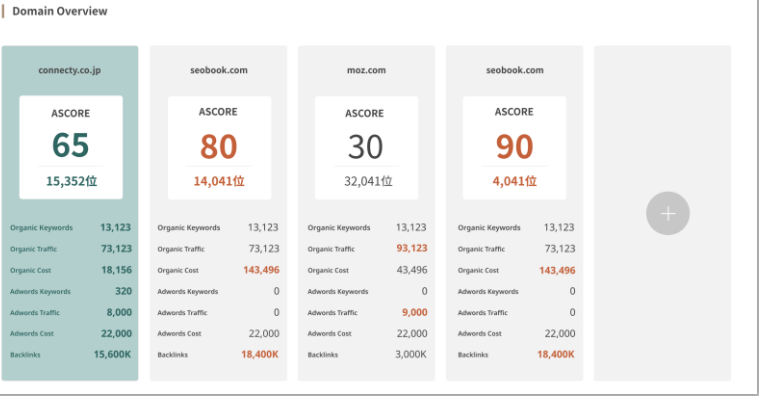
- AIが毎月自動で総合的なサイト診断と改善
- 迅速な改善と継続的な最適化を実現
- サイトパフォーマンスの向上
- AIによる高度な分析と洞察、リソースの省力化と最適化



確認できるレポートの一例：③競合分析レポート

競合サイトのドメインスコア、バックリンク、キーワードなどを**自社サイトと比較**することができる機能です。
自社サイトに**不足していることが明確化**し、効率的かつ効果的な**改善**を進めることが可能となります。

- 競合他社と自社のSEO戦略の効果を比較
- 2つの日付における自社サイトの自然検索キーワードのトラフィックデータを比較
- キーワードごとの競争率やCPCの違いを把握し、競合他社がどのキーワードで強いのかを可視化
- 各サイトのバックリンク戦略を比較



確認できるレポートの一例：④サイト横断レポート

企業内の複数サイトを横断した分析が可能。サイト間の遷移状況が一目で確認できます。

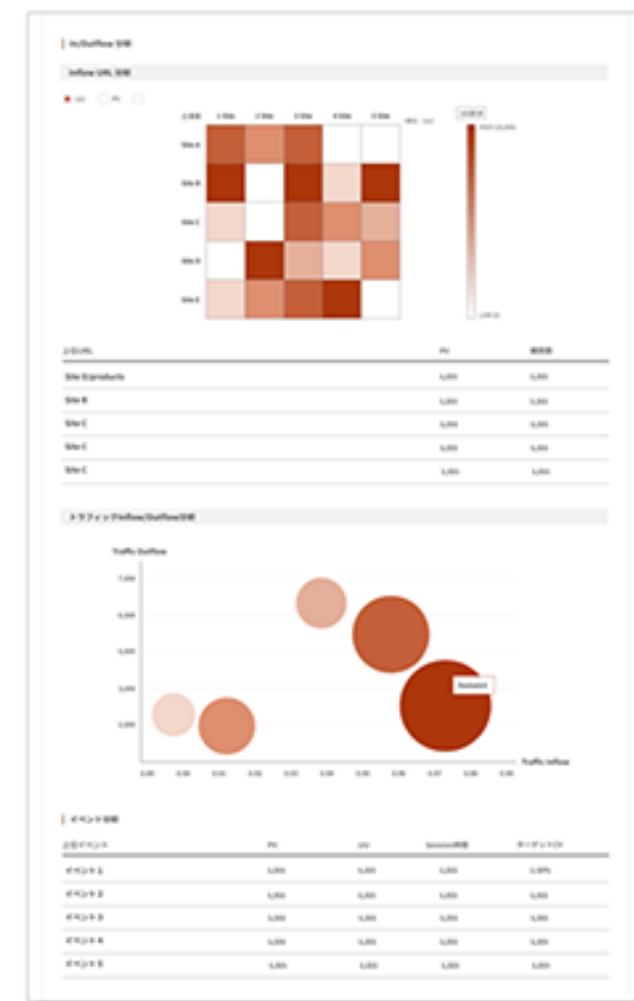
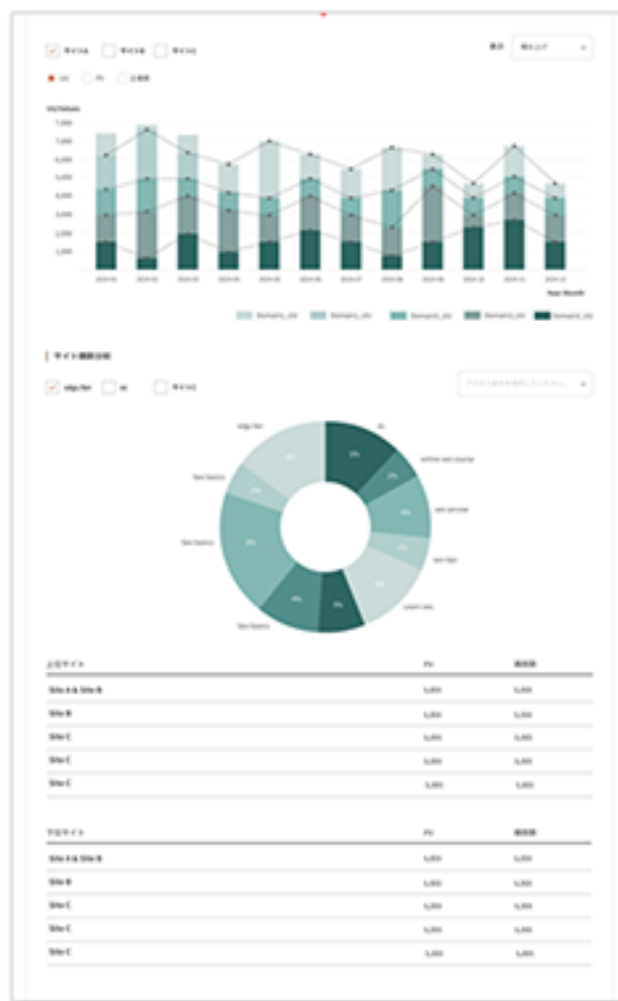
💡 各サイトへの流入および流出を把握してトラフィックの流れを理解

💡 UU、PV、訪問企業数を分析し、特定ターゲットへのマーケティング効果を評価

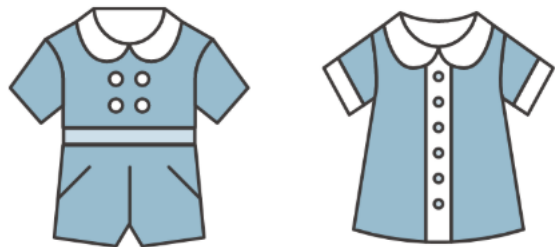
💡 ユーザーが複数のサイトを利用する経路を分析

💡 他のサイトのキャンペーンや動線の効果を分析

💡 設定されたイベントの効果分析



金融、流通・小売、サービス、メーカーなど、さまざまな業態のコミュニケーション課題を解決します。



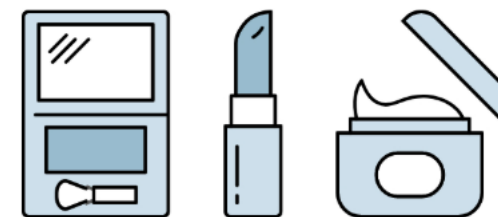
EC・小売

子ども服アパレルの例



保険

ダイレクト保険の例



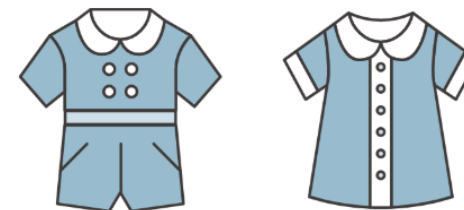
化粧品

コスメ販売の例

子ども服アパレルの例



企業の課題



シーズン商品を販売するアパレルでは、仕入れた商品を季節内で売り切らなければなりません。
ただでさえ販売できる期間が短いにも関わらず、昨今ではSALE時期を早める店舗も多く、定価で販売ができるのは入荷後1~2ヶ月が勝負といっても過言ではありません。

さらに子ども服の場合は、ひとつの商品に対し複数のサイズが存在するという複雑さも加わります。

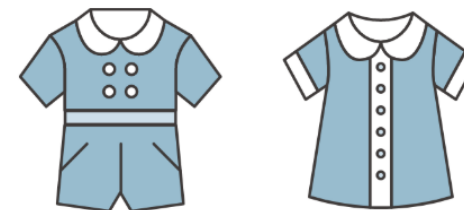
「シーズン内でいかに早く購入してもらえるか」が重要で、商品の入荷とともに早いスピードで露出・販売を開始し在庫を減らしていく必要があります。

しかしながら、新商品に関するたくさんの情報を毎日メールやLINEなどで一斉に訴求しても、日に日に効果が下がってしまうことも。

さらにオプトアウト数やブロック数も増えてしまい、「顧客に情報を見てもらえない」、「季節内に商品の在庫を売上に変えることができない」という**問題が発生**しがちです。

子ども服アパレルの例

WOW engageで解決



WOW engageでは、まず**ECサイト／リアル店舗での顧客情報・購買履歴を統合し、管理**します。**顧客の趣味嗜好について分析**し、顧客が好むデザインや興味のあるブランド、関心の高いサイズなどを**見える化**。

それをもとに最適化したコンテンツを作成し、メールやLINEを配信することで、顧客に「自分向けの内容だ」と思ってもらえるようになり、**購買意欲を高める**ことができます。

子ども服の場合は、顧客が前のシーズンよりも一つ上のサイズを探していることも多いため、それも見越したアプローチが必要です。メッセージでは「130サイズの在庫わずか特集」「お気に入り登録が多い100サイズのトップスを集めました」など、サイズに焦点を当てたコンテンツも効果的です。

また、顧客に今すぐに気付いてもらいたいキャンペーンや割引情報は**LINE**で、じっくり読んで購入へ繋げてほしい情報は**メール**で、というような**チャネルの使い分け**も有効な手段となります。

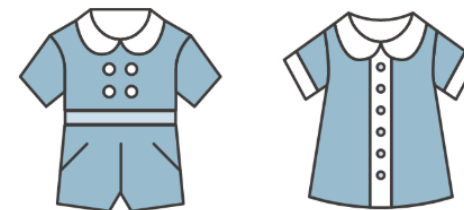
これらは、**オプトアウトやブロック数の減少**にも期待ができます。

さらに、メールを見て商品をカートに入れたものの定価での商品購入に至らなかった顧客を抽出して、割引クーポンを配布。シーズン内に逃さず在庫を**売上に変える施策**で追いかけます。



子ども服アパレルの例

WOW engage導入の効果



顧客が「望む情報」を配信し購買意欲を高めることで、**売上拡大**につながる



メッセージ配信における、**チャネルの最適化**を実現



顧客の行動をトリガーとして適切なメッセージをタイミングよく配信することで、**マーケティング効果**を高められる

ダイレクト保険の例

企業の課題

保険商品の場合、契約後は満期のタイミングまで動きが無い顧客も多く、新たなプラン追加や見直しの提案はとても難しいという課題があります。

顧客との関係維持のため、電話やメールで日常的にコミュニケーションを取っているものの、そこからアップセルにつなげるのは難しいのが実情です。

満期のタイミング以外で、**顧客へどのようなアプローチをすればクロスセルやアップセルにつなげることができるでしょうか。**

WOW engageで解決



まずは、顧客データから「年代ごとに加入する傾向の高い保険商品」を**分析・抽出**。

そして契約中の顧客に対し、その顧客と同世代に選ばれている商品の紹介と、追加が可能なプランの提案を**メールで配信**します。

その際、ライフプランナー名をメールに記載し、**私信メール**として送ることが効果的です。また、保険の見直しなどのメリットをより分かりやすく伝えるために、「お役立ちコラム」などのコンテンツを用意することもおすすめです。

その後、メール経由のWebページ閲覧状況を確認し、商品ページを複数回閲覧している顧客を洗い出します。

興味を持っている顧客に絞ってWeb接客やDMでさらにアプローチすることで、**業務の効率化**はもちろん、効率的にプランの追加や新たな保険商品の**契約へつなげる**ことが可能です。

ダイレクト保険の例



WOW engage導入の効果



顧客との**新たなコミュニケーション機会**の創出



満期のタイミング以外での**新規契約の獲得**

コスメ販売の例

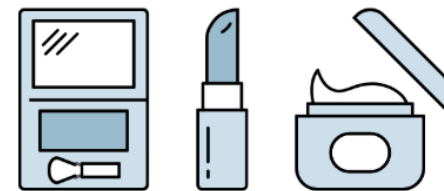
企業の課題

自社のECサイトと実店舗の顧客データを別々に管理しているため、顧客一人ひとりについて詳しい分析ができていません。

そのため、店舗とWebサイトを行き来するお客様に対しては、せっかくの接触タイミングで最適な提案ができず、信頼関係を築けていない可能性があります。

また、実店舗で顧客から得る情報（例えば肌質・コンプレックス・好みのメイク・好きなブランドなど）がECサイトに連携されていないため、デジタルマーケティングにおける機会損失も発生しています。

WOW engageで解決



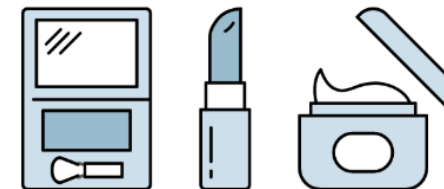
ECサイトと実店舗の顧客データを統合し、**一元管理が可能**となります。オンライン／オフラインでの購買履歴や行動履歴をもとに顧客の趣味嗜好を分析できるため、例えば実店舗で購入したスキンケア商品と同じブランドの新作コスメをメールで案内したり、ファンデーションと一緒によく購入されているコンシーラーをLINEでおすすめしたりすることが可能となります。

また、購入したファンデーションが減ってくる頃、次の購入を検討する前に、実店舗で得た肌質やコンプレックスに応じたおすすめファンデーションの情報を顧客へ届けるなど、有効なマーケティング活動ができるようになります。

昨今注目されている、**OMO（Online Merges with Offline）※の実現**の第一歩となります。

※OMOとは
オンラインとオフラインを融合させ、顧客体験の向上を目的としたマーケティング手法

コスメ販売の例



WOW engage導入の効果



実店舗とECサイトの顧客データが双方で活用できるようになり、**マーケティング効果を高められる**

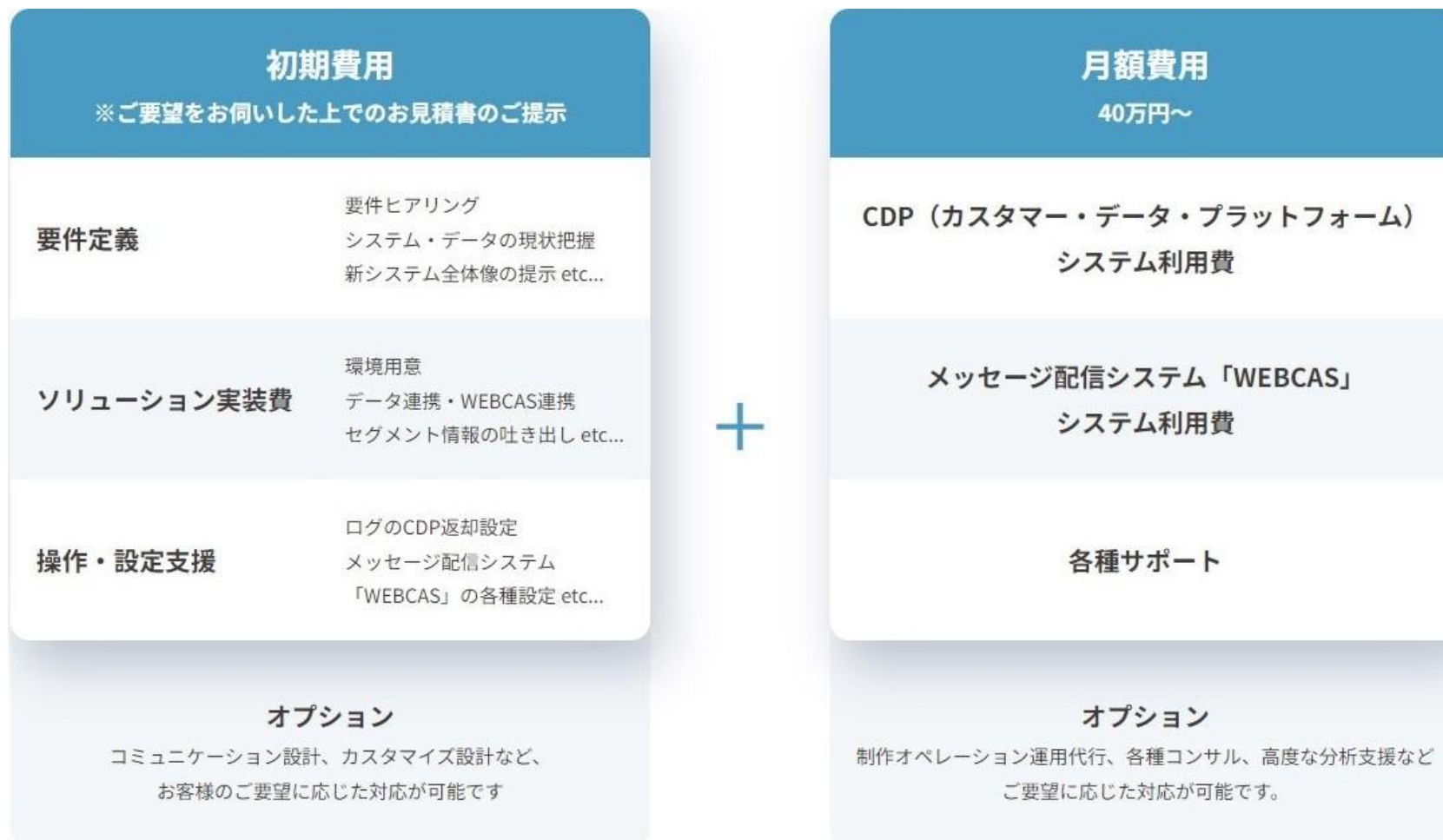


オンライン、オフライン問わず、顧客の購入検討タイミングで**適切なコンテンツを訴求**ことができ、**コンバージョン増加**につながる



OMO（Online Merges with Offline）の実現に有効

課題やお悩みに合わせて、**お客様ごとの最適なプラン**をご提案します。



マーケティングの全体設計、導入支援

- 過去データの統と分析
- ペルソナ策定
- カスタマージャーニーマップ作成
- KPI策定
- アクションプランの策定

導入後のコンサルティング、施策代行

- クリエイティブ作成
- 施策の実施・運用代行
- 施策の振り返り、分析
- 次回アクション提案
- マーケティング担当者育成



ご利用の流れ：お問い合わせからご契約まで



お問い合わせ

まずは、お気軽にお問い合わせくださいWeb
フォームからのお問い合わせの他にもお電話
でのお問い合わせもお受けしております。

ご相談・ ヒアリング

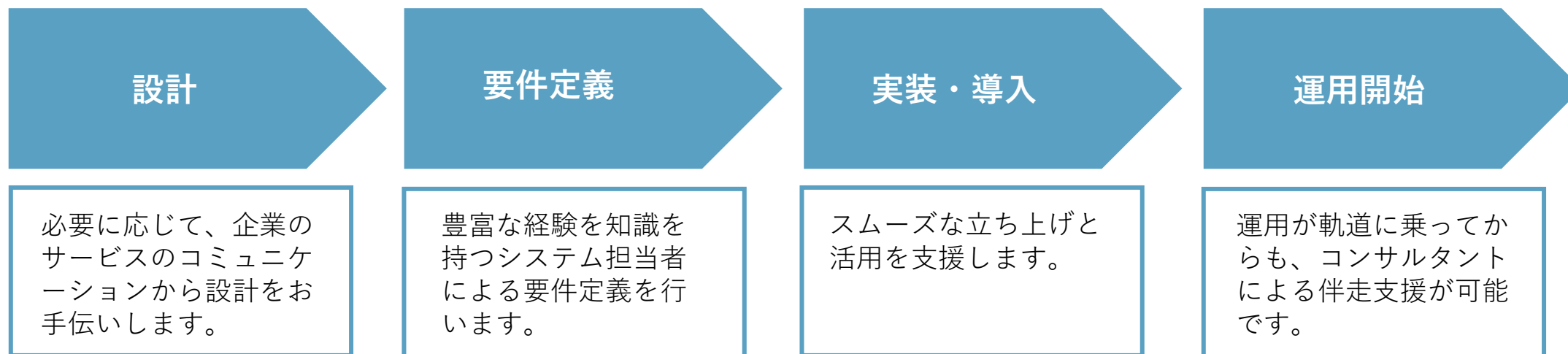
現状の課題やお悩みを
お聞かせください。
事業やターゲットユー
ザーなども細かくヒア
リングさせていただきます。

ご提案・ お見積り

お客様ごとに最適なプ
ランをご用意します。
課題やお悩みに対して
WOW engageでの解決
方法をご説明いたしま
す。

ご不明点の解消・ 調整・ご契約

ご不明点は解消させて
いただいた上で、正式
なご契約へ進めさせて
いただきますのでご安
心ください。



「顧客データがうまく活用できていない」「顧客データの統合に不安がある」など、
いま抱えている問題・課題など、まずはお気軽にお問い合わせ・ご相談ください。
(オンラインでのご説明も可能です)



メールでのお問い合わせ

webinfo@wow-world.co.jp



電話でのお問い合わせ

0120-569-248

対応時間：平日 AM10時～PM6時

※土日祝祝日および年末年始の休業期間中は除きます。