



「THINX-LAB」で得られる機種分析データを根拠に、(株)シー・エフ・ワイでは、ホール企業の業績向上を目的に、最新のマーケティング理論に沿った広告宣伝やプロモーションの戦略を提案する。



(株)THINX 吉元一夢代表取締役社長

シール・エフ・ワイが今回、開始するコンサルティングサービスでは、上記の通り、「THINX-LAB」から機種や顧客の遊技動向をデータで捉え、シール・エフ・ワイが広告宣伝やプロモーションの戦略を提案する。両社の専門分野を活かし、的確なロジックとアクションによって業績アップを目的としたコンサルティングサービスとなるだろう。

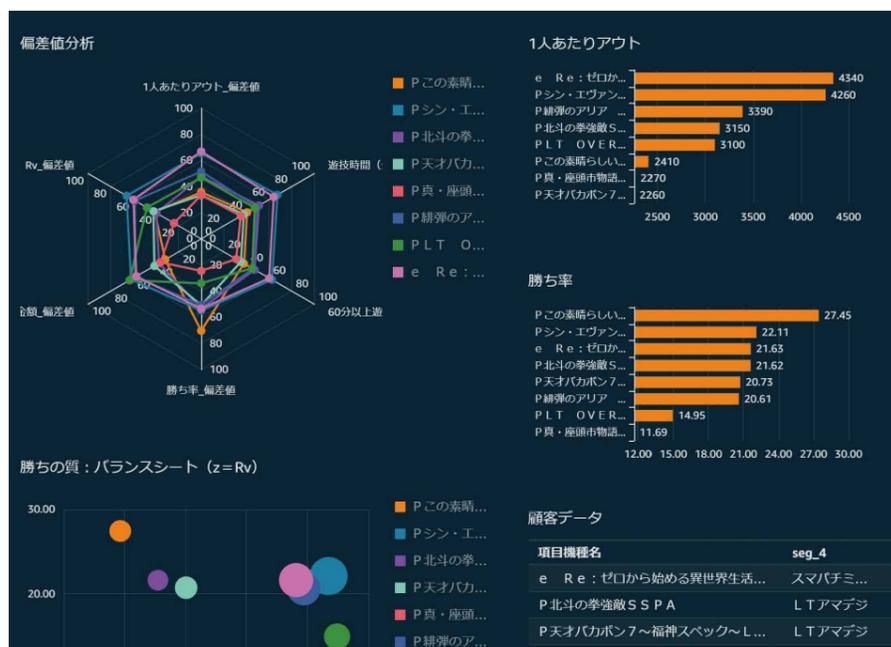
現状、ラッキートリガーの期待感で遊技を始めたプレイヤーが、遊技中の投資負担に耐えられず、ラッキートリガーを体感する前に短時間で離脱していると推測できるため、今後のラッキートリガー機の運用としては「いかに玉単価を抑えて勝ち体験をさせるか」というのが重要なポイントだという。

- ### Webマーケティングの講習会のテーマ
- 第1回: デジタルマーケティング基礎
 - 第2回: 広告プラットフォームの理解
 - 第3回: ターゲット設定と顧客理解
 - 第4回: 広告クリエイティブの制作
 - 第5回: 運用型広告の基本
 - 第6回: データ分析と改善
 - 第7回: SNSマーケティング
 - 第8回: 研修のまとめと次のステップ

また、今回のコンサルティングサービスは、他にもWebマーケターチームの立上げ・伴走支援も

また、今回のコンサルティングサービスは、他にもWebマーケターチームの立上げ・伴走支援も

また、今回のコンサルティングサービスは、他にもWebマーケターチームの立上げ・伴走支援も



機種や顧客の分析データを一元管理する「THINX-LAB」のダッシュボード画面。

「ラッキートリガー機が3月4日に導入開始となり、4円パチンコ市場が盛り上がりを見ている一方で、ホール様の運用次第ではプレイヤーにとって投資負担が増加し、4円パチンコ市場を、さらに遊びにくい環境へと変化させてしまいう危険性もあります」と警鐘を鳴らすのは(株)シー・エフ・ワイの梶川弘徳代表取締役CEOだ。

同社はこれまで約15年間に渡り、ホール向けに販促ツールや手法の提案を行ってきた。一方、業務提携した(株)THINX-LABが運営する「THINX-LAB」は機種分析や顧客分析のデータをダッシュボードで一元管理するデータ分析サービスだ。ホールの業績向上を支持



(株)シー・エフ・ワイ 梶川弘徳代表取締役CEO

「ラッキートリガー機を分析機だが、『THINX-LAB』でラッキートリガー機を分析すると、全般的に順調な稼働をしている一方で、顧客二人あたりの遊技時間が短いことがデータから見えてくる。これまでのミドルタイプ機と比べて、60分以上の遊技者割合が非常に少なく、逆に15分以内の遊技者割合が多い。機種によっては15分以内の遊技者割合が60分以上の遊技者割合を超えており、これは最近の機種ではあまり見られなかったケースだという。

また導入済みのラッキートリガー機は、『P北斗の拳強敵LT』以外、全て玉単価が2・0円を超えており、リスクの高い機種カテゴリーとなる。そのため、リターンがどれだけ得られるかがプレイヤーにとっては重要な関心ポイントとなるだろう。

機種・顧客分析×マーケティング理論×販促ノウハウで業績向上を後押し!

データ根拠のプロモ戦略支援を開始

(株)シー・エフ・ワイはこのほど、(株)THINXと業務提携し、同社が展開する機種・顧客分析サービス「THINX-LAB」を活用したマーケティングコンサルティングサービスを開始した。

DATA
CFY Inc.
CRAZY FOR YOU

株式会社シー・エフ・ワイ

●電話 04-7170-2068
●所在地 千葉県柏市柏1-6-10 桜屋ビル4階
●WEB https://cfy.jp