
トランザクション・バリュー 2004

(Value, Knowledge & Force)



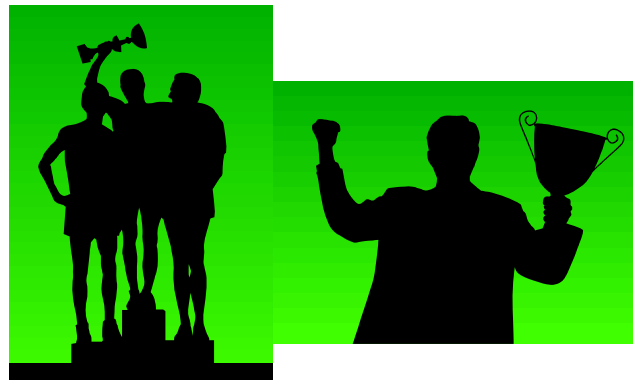
<http://www.fmktg.com>

実施の目的

対処すべき課題

- 1、**会員数の伸び悩み**(会員化による顧客囲い込みの失敗)
- 2、**休眠会員の増加**(会員の再利用・再来店の鈍化)
- 3、**会員制事業維持費用の圧迫**(費用対収益効果の問題)
- 4、**会員データの活用不足**(収益機会のロス・営業計画とのズレ)
- 5、**導入時想定見込みとの乖離**(競合との差別化優位性の消滅)
- 6、**データ分析システムの未活用**(システムの陳腐化)

ポイントカード/メンバーシップ会員制事業を
価値化し成功に導きます(成功事例の構築)



実施の効果



【金融】

新しい媒体の活用に踏み切ることが出来、新規顧客アプローチの差別化戦略に大きく寄与しました。



【専門店】

ロイヤルユーザー様とのコミュニケーションが非常に親密になったことで、新規のお客様を多数御紹介いただけるようになりました。



【外食】

お客様のご来店回数が従来の2.5倍にアップし、常連様や上得意様のご利用が一気に増えました。

【百貨店】

お客様の嗜好ニーズにあったタイムリーな提案型営業活動を効果的に実施する体制が整いました。



【商業施設】

リピーターの確保に苦勞していましたが、顧客管理の考え方が定着してからは効果的な横断型プロモーションを実施できるようになりました。



【会員制通販】

登録者の反復利用や注文頻度が大幅に改善し、新商品や新しいカテゴリーでの注文を受ける機会が増え、顧客管理が容易な体制になりました。

実施フロー

Step 1



事実認定

- ・過去1年間の動態データを全て洗い出し
- ・「認識される課題・問題」を全て洗い出し

Step 2



ショート・レビュー

達成度20%

- ・数値データに基づき「課題・問題」をひとつひとつ「体系・整理化」
- ・会員の全体像を「把握」

Step 3



情報活用の共有化

達成度50%

- ・数値化された「事実」の共有認識と「解決」に向けた取組み

Step 4



効果チェックの継続

達成度80%

- ・取組みの「効果検証」の継続と「新たなビジネスチャンス」の発見