

ブランド強化の為にカスタマーリレーションを構築する

戦略プランニングシステム「Relation WIN」(リレーションWIN)開発

博報堂研究開発局とカスタマーマーケティング・制作事業局は共同で、ブランディングにおいて注目されている「顧客との関係構築・強化のための戦略づくり」に力を発揮するプランニングシステム、「Relation WIN」(リレーションWIN)を開発し、2月より本格的に運用していくことになりましたので、ご紹介致します。

昨今、流通や外食産業、通販業界、金融業界などではインターネットや携帯メールの普及などにより、これまで以上に優良顧客を囲い込んで収益力を上げていこうという「CRM(カスタマーリレーションマネジメント)」についての注目が高まっています。しかしながら、これらの多くの場合、顧客の行動データを中心としたシステム依存型のアプローチとして語られがちで、本来の主旨である「一人一人の顧客との関係」をどうやって作り上げるかという視点が欠けている場合もよく見受けられます。

博報堂が開発した「顧客との関係構築戦略」のためのプランニングシステム「リレーションWIN」は、現在の顧客の行動データの把握だけでなく、「そのブランドを使いつづける動機」という心理的側面へのアプローチを、顧客とブランドとの関係の把握の起点としています。

リレーションWINでは、顧客分析 リレーション戦略立案 具体的施策シナリオ企画 ブランドタッチポイント計画作成 施策評価(個別施策評価) 戦略評価(中期視点評価)の6つのステップを踏まえ、ブランドと顧客の中期的な関係作りを行っていきます。

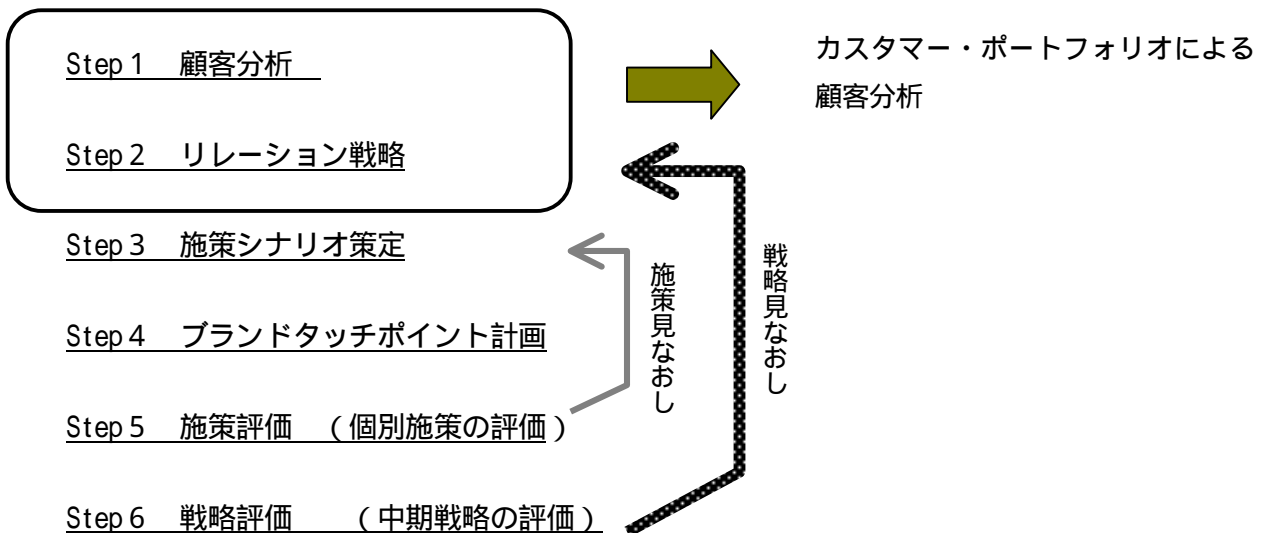
なかでもとくに、これまでのCRM手法と大きく違う視点を取り入れて開発した顧客戦略分析ツールが、「Customer Portfolio」(カスタマー・ポートフォリオ)です。これは、「現在の収益貢献度」と「将来見こみ」の関係性から分析した「顧客構造分析」と、それぞれの顧客にとっての「リレーテッドモチベーション(使いつづける動機)分析」により、ターゲット顧客とその戦略ポイントを抽出していくものです。

また、それぞれの戦略顧客向けに具体的施策の立案をサポートするための各種データベースなども充実させ、具体的な施策や、タッチポイント(接点)の設計までを一貫して提案することができます。

「リレーションWIN」は、2月からカスタマーマーケティング・制作事業局およびリサーチ&コンサルティング局を中心に、各クライアントにサービスを提供してまいります。

また今後も、具体的なリレーション施策やタッチポイントプランニングのための調査研究や具体的事例のデータベースの開発を続け、ブランドと顧客のリレーション構築のための手法の充実を進めてまいります。

Relation WIN (リレーションWIN) の実施フロー

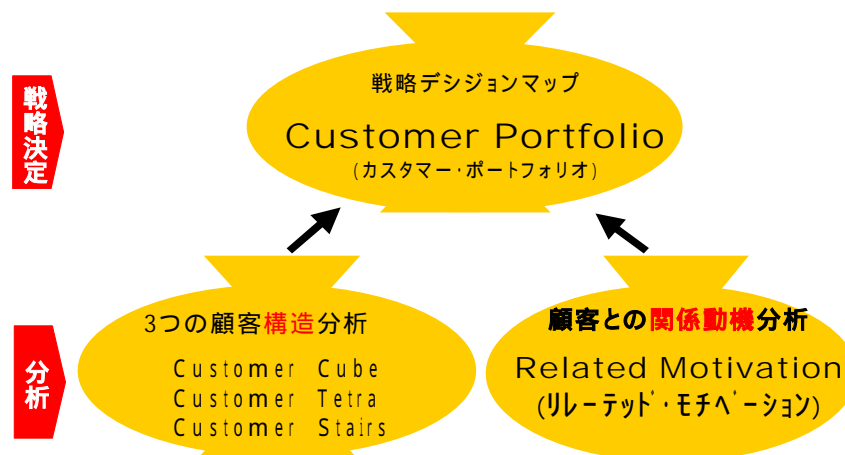


Customer Portfolio (カスタマー・ポートフォリオ)

収益貢献度分類 ~ 3つの顧客構造分析により把握
 「現在の収益貢献度」×「将来見こみ度」による9分類とその構成比を算出

関係動機受容性 ~ リレーテッド・モチベーション分析により把握
 それぞれの顧客の「関係動機」の実態と今後の受容性を把握

RelationWIN 顧客戦略決定のための独自ツール



3つの顧客構造分析 ...市場の特性や購買行動に応じて分析

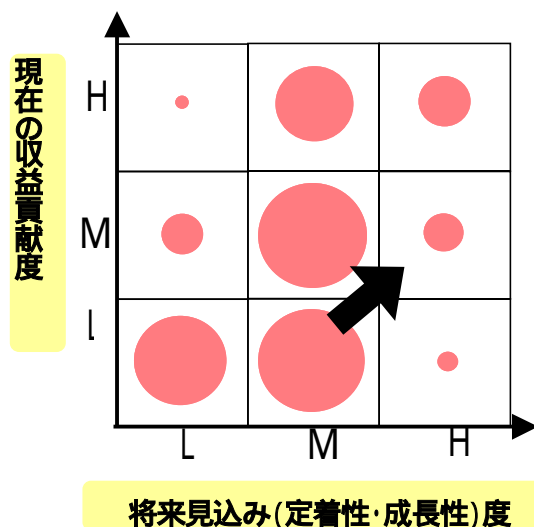
- ・ Customer Cube: パッケージグッズの顧客構造分析
- ・ Customer Tetra: サービス財の顧客構造分析
- ・ Customer Stairs: 低頻度購入型サービスや耐久消費財の顧客構造分析

Related Motivation (リレーテッド・モチベーション)

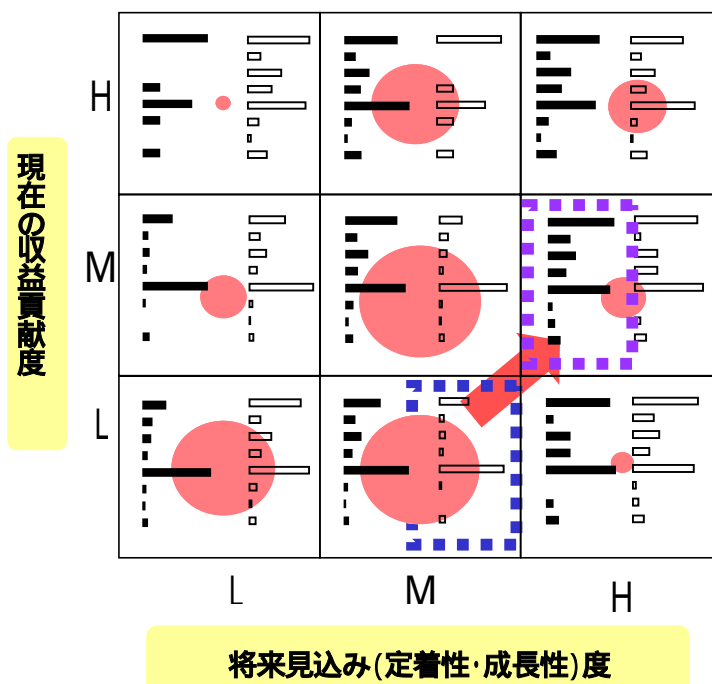
顧客との関係動機を、博報堂独自の10分類で分析

カスタマー・ポートフォリオのイメージ

狙う顧客層を決める



ターゲットを動かす可能性の高い
「関係動機」を決める



本件に関するお問い合わせ

博報堂	広報室	宮川・西村	Tel : 03-5446-6161
	研究開発局	山下	Tel : 03-5446-6482