

メーカーも必須の  
顧客関係管理！

ロイヤリティ

LTV

継続購入

新規市場ばかり追い求めているは  
これ以上の売上増が望めないと感じている方へ

# リピーター・ロイヤル顧客育成のための CRM基礎講座

2017年2月28日(火) 1日集中【東京教室】

新規だけでは  
限界を感じている。  
「CRMとは」といった理解から  
始めていきたい

優良顧客に引き上げる  
施策が知りたい

既存顧客が重要だと  
言われているが、  
実際はどのように  
動いていけばいいのか

ツール導入など、多くの予算を  
かけることができない。  
そのような自社では  
どういったことが  
できるのだろうか…

メーカーだけど、  
CRMってできるの  
だろうか？

画像提供: 123RF

CRMの全体像から、顧客の識別、ロイヤル顧客育成まで  
自社で行える既存顧客との関係構築のセオリーを学ぶ

# 次々と新規顧客を刈り取り続ける 焼畑的な施策に限界を感じていませんか？

## 既存顧客との関係構築が 今後のマーケティングの鍵に

国内市場が減少する中、これまで通用してきたような新規顧客を追い求め続けるマスのアプローチでは限界が生じてきています。そこで、現在各社が力を入れているのが、既存顧客へのアプローチです。自社商品・サービスを選んでくれた既存の顧客に対しての関係の質を良くすることで、顧客単価の向上、クチコミでの新規顧客獲得などが起こり、売上を向上させることができます。また、売上の8割を既存顧客の2割が担っているというパレートの法則も、各社で多く語られています。

## CRM的発想を身に付け ロイヤル顧客を増やす

新規顧客を獲得するための労力・コストは、競合が増加する中で年々増えています。対して、既存顧客はそれよりも少ない予算で売上を上げられるといわれています。彼らのLTV(顧客生涯価値)を高めることで、多くの成果を見込めるのです。そのためには、顧客との関係性をマネジメントするCRMの考え方が欠かせません。そこで宣伝会議では、既存顧客との関係を構築し、売上を向上させていく「リピーター・ロイヤル顧客育成のためのCRM基礎講座」を開催いたします。

## 講座のポイント

# ロイヤル顧客育成に役立つ CRMの考え方・方法論を学ぶ

### 学ぶポイント①

#### 【CRMの理解】

顧客との関係性を向上させるために何を考えればよいのか？

### 学ぶポイント②

#### 【ロイヤル顧客の育成】

優良な顧客を増やしLTVを最大化するために何をすればよいのか？

### 学ぶポイント③

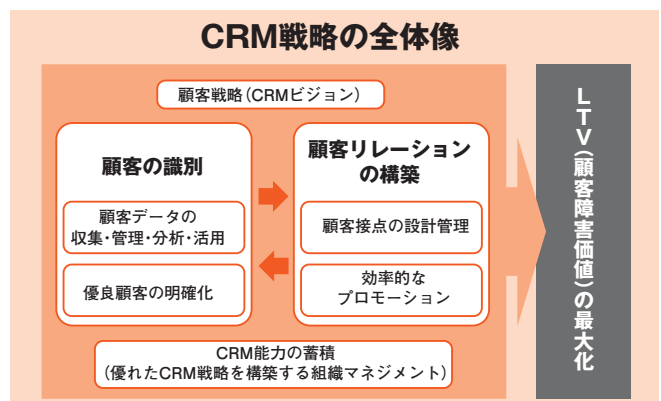
#### 【顧客接点の理解】

顧客と、どこでどのような関係を築いていけばよいのか？

## 学ぶポイント 基礎 売上を伸ばす「既存顧客戦略」の考え方を学ぶ

# CRMの全体像 既存顧客との関係構築について学ぶ

CRM(カスタマーリレーションシップマネジメント)とは、顧客との関係管理です。本講座内では、継続的に購入をしてくれるリピーター・ロイヤル顧客を増やすための戦略として学んでいきます。全体像を見てみると、誰がどういった状態なのかという「顧客の識別」と、その識別した顧客に対してどのような関係を構築していくのかという「リレーション方法」の二点に大別することができます。本講座では、CRMの考え方を身に付け、リピーター・ロイヤル顧客の育成方法について学んでいきます。

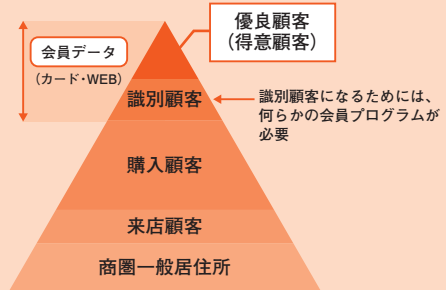


## 既存顧客の理解・分析

### 誰が優良な顧客か判断し、打ち手を考える

全ての既存顧客に対して、高レベルのリレーションをとっていくことは困難です。そのため、優良な顧客を見つけ出して、資源を投下する「選択と集中」を行っていく必要があります。自社の商品を継続的に購入し続けているかどうかを確認するためには、何かしらの仕組みが必要になります。ポイントカード、会員制度などです。そして、顧客のランクは右図のように示すことができ、自社における顧客を理解し、どのように施策を行っていくかを考える必要があります。本講座では、どのように理解を深めていくのかのプロセスと方法を学びます。

#### 顧客識別ピラミッドで顧客の理解を深める



企業と顧客の関係度合いを区別し、顧客層のそれぞれを把握する。

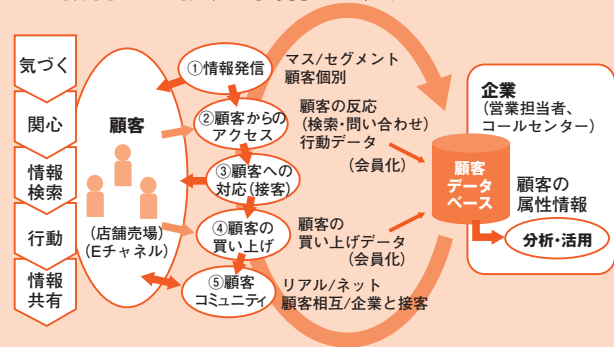
© スマートウィル

## 顧客との密接な接点を生み出す

### 業種・業界に応じた顧客との関係づくり

顧客との関係を管理していくためには、顧客接点を開発していく必要があります。接点としては、営業担当者、店舗、コールセンター、Webサイト、ソーシャルメディアなどがあります。それらを踏まえてさまざまなアプローチを行いますが、業種や業界に適した方法を採らなければ効果を得ることは難しいといえます。それらを理解したうえで、顧客を優良顧客へとランクアップさせていく手法を学ぶ必要があります。本講座では、顧客との接点、ロイヤリティを向上させるアプローチ手法について学びます。

#### 顧客との接点・関係づくりのステップ



© スマートウィル

## 社内の体制づくり

### 成果を見せられる仕組みをどう設定すればよいか

CRMは担当者一人で行っていくことは困難です。他の部署の協力・連携が必要なため、全社的な取り組みとして動いていくことが望ましいです。各社ここでつまづくことが多くあります。さらに、成果を示していく必要に迫られます。目に見えて成果だといえる新規獲得と違い、ここの効果測定を行っていくには仕組みを考える必要があります。そこで本講座では、CRMを実施する前に考えておくべきこと、社内体制の築き方、社内でも成果を示すための方法などを学びます。

#### CRMの成果の例

- 優良顧客数・率
- 優良顧客の年間購入金額・割合
- リピート率
- 顧客1人当たり年間購入金額
- 顧客1人当たり年間来店回数
- 稼働数・率
- 新規顧客の獲得数・率

など…

© スマートウィル

# カリキュラム

時間	テーマ	カリキュラム	講師
10:00 ～ 12:00	CRMの全体像 を理解する	CRM戦略とは/既存顧客との関係構築/顧客の識別プロセス/ロイヤル顧客とは何か/顧客接点を考える/顧客とのリレーション方法	坂本 雅志氏
13:00 ～ 15:00	ロイヤル顧客を 育成する	ロイヤル顧客を見つける方法/ロイヤル顧客を育てるプログラム/CRMの評価指標/データ分析手法/ソーシャルCRM	坂本 雅志氏
15:20 ～ 17:20	CRMを実現するための 顧客時間の理解	顧客時間について考える/オムニチャネル/ネットとリアル融合/ブランドジャーナリズム/エンゲージメントコマース/統合マーケティング戦略	奥谷 孝司氏

※講師・カリキュラムは都合により変更する場合がございます。予めご了承ください。

## 講師プロフィール

CRM戦略に精通し  
多くの実績を残すコンサルタント!



**坂本 雅志氏**  
株式会社スマートウィル  
代表取締役社長

1993年日本生命保険相互会社入社、12年超に亘り、リテールマーケティング戦略に従事。2005年、企業買収(PE投資)を主軸とする投資会社に参画し、マーケティング戦略担当として、リテールビジネスを中心とした多くの投資先の経営支援を担当後、テレマーケティング事業のリーディングカンパニー「株式会社システム24」の社長室長、執行役員営業企画室長、専務執行役員・COO(最高執行責任者)等に従事。この間、BBコールセンター、株式会社ワン・ダイレクト代表取締役社長、社団法人日本テレマーケティング協会常任理事等を歴任。一貫して、マーケティング・コミュニケーション関連業務に従事。2010年独立起業、CRM戦略を核とした経営コンサルティング会社、株式会社スマートウィルを設立し現在に至る。2012年より、青山学院大学大学院国際マネジメント研究科にて非常勤講師を務める。担当講座「CRM戦略」主な著書「この1冊ですべてわかる「CRMの基本」」日本実業出版社(2014年)

良品計画・オイシックスで実績を残す、  
デジタルとリアル視点を持つマーケター!



**奥谷 孝司氏**  
オイシックス株式会社  
執行役員 統合マーケティング部 部長 COCO

1997年良品計画入社。3年の店舗経験の後、取引先の商社に2年出向しドイツ駐在。家具、雑貨関連の商品開発や貿易業務に従事。帰国後、海外のプロダクトデザイナーとのコラボレーションを手掛ける「World MUJI企画」を運営。2003年良品計画初となるインハウスマネージャーを有する企画デザイン室の立ち上げメンバーとなる。05年衣服雑貨部の衣料雑貨のカテゴリマネージャー。現在定番商品の「足なり直角靴下」を開発、ヒット商品に。10年WEB事業部長。「MUJI passport」のプロデュースで14年日本アドバイザーズ協会Web広告研究会の第2回WebグランプリのWeb人部門でWeb人大賞を受賞。2015年10月よりオイシックス株式会社入社。16年10月より 執行役員 統合マーケティング部 部長 Chief Omni-Channel Officer。16年11月 Prismatix社 Engagement Commerce Adviser就任。

### 講義概要

- 開催日程：2017年2月28日(火) 10:00～17:20
- 講義会場：東京・南青山
- 受講料金：49,000円(税別)
- 受講定員：30名
- 受講対象：既存顧客に対する施策を行いたいマーケティング、Web担当の方、CRMに関心のある方など

※本講座の内容を社内研修として提供することも可能です。企業の課題・社員のレベルに合わせた研修をお考えの方は、お電話・メールにて事務局までお問い合わせ下さい。  
お電話：03-3475-3030(担当:渡辺) メール：info-educ@sendenkaigi.com

お申込みはWebから またはこちらまで  
FAXにてお送りください

➡ 03-3475-3033

お申込者様記入欄 [CRM基礎講座]	会社情報	TEL	
	住所		
申込者様	フリガナ	生年月日	
	氏名	所属部署	役職
派遣責任者様	フリガナ	生年月日	
	氏名	所属部署	役職
Eメール			
Eメール			
申込形態		① 企業申込(請求書を発行します) ② 個人申込 ③ すでに届いている	

お振込先：三菱東京UFJ銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義：株式会社 宣伝会議



Marketing & Creativity ■お申込・お問合せ

**宣伝会議**

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号

TEL：03-3475-3030 E-mail：info-educ@sendenkaigi.com www.sendenkaigi.com/class/

※受講料について、開講前のご入金を原則とさせていただきます。入金確認できませんと、ご受講いただけませんのであらかじめご了承ください。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※受講は申込者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。企業派遣による申し込みの場合でも、受講者の変更は受け付けておりません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合により、直前に日程変更になる場合がございます。その際、交通費の保証はできませんのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とする受講等に関しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により、宣伝会議が取得した個人情報は受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー(<http://www.sendenkaigi.com/privacy/>)をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。