

2024年7月25日

各 位

会 社 名 フュージョン株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 佐々木 卓也
コード番号：3977 札幌アンビシャス
問 合 せ 先 専務取締役 安田 真
(TEL. 011-271-8055)

新サービス『顧客ロイヤルティ可視化サービス』をリリース

-顧客ロイヤルティを心理面から定量化

当社は、顧客の心理ロイヤルティを定量的に可視化できるサービス『顧客ロイヤルティ可視化サービス』をリリースしました。本サービスは Insight Scope Laboratory（以下、IS ラボ）との業務提携によって実現しました。

■ 背景と目的

昨今の CX（顧客体験）の定着や、顧客データ統合の環境が整ったことにより、見込み客を含む顧客ひとりひとりのニーズや購買履歴に合わせたコミュニケーションの必要性が高まってきました。特に顧客ロイヤルティの向上は、LTV を最大化し長期的な収益の安定を実現するために不可欠です。顧客の心理ロイヤルティを把握する手法としては、顧客満足度調査や NPS®調査などによる定量的な可視化が行われることが多い一方、何がどの程度ロイヤルティに影響を及ぼしているのかは把握しづらい側面がありました。

今回当社は、こうした課題を解決するため IS ラボ代表である渡部弘毅氏と業務提携契約を締結し、当社が提供する CRM 支援サービスの課題設定フェーズに渡部氏の持つ心理ロイヤルティ可視化のフレームを組み込んだ『顧客ロイヤルティ可視化サービス』を共同開発しました。

【IS ラボ 渡部 弘毅氏】

<職歴>

日本ユニシス(現 BIPROGY)、日本 IBM、日本テレネットを経て、2012 年に IS ラボ設立。お客様の心理ロイヤルティを構造化し、アンケートから定量化し施策につなげていく独自の的方法論を提唱。ファンづくりの科学的かつ実践的なコンサルティング手法が注目されている。各協会や団体、学術での研究活動、啓蒙活動にも積極的に取り組んでいる。

一般社団法人地域マーケティング経営推進協議会 理事

ウェブサイト：<https://www.is-lab.org/>

<著書>

- ◆ファンをつくる顧客体験の科学 「顧客ロイヤルティ」丸わかり読本
リックテレコム 2023/11
- ◆お客様の心をつかむ 心理ロイヤルティマーケティング 翔泳社 2019/12
- ◆営業変革 しくみを変えるとこんなに売れる メディアセレクト 2005/11



■ サービスの特長

「顧客ロイヤルティ可視化サービス」では、何がどのように心理ロイヤルティに影響を与えるかを構成する要素である『ロイヤルティドライバー』を洗い出し、ロイヤルティドライバーごとに顧客満足度の詳細調査を行います。これにより、CRM における課題設定やあるべき姿の検討が心理ロイヤルティの面から可能になります。

1. 3階層での構造化と定量化

何の提供価値がどのように顧客ロイヤルティに影響を与えているかを3階層で構造化・定量化できます。

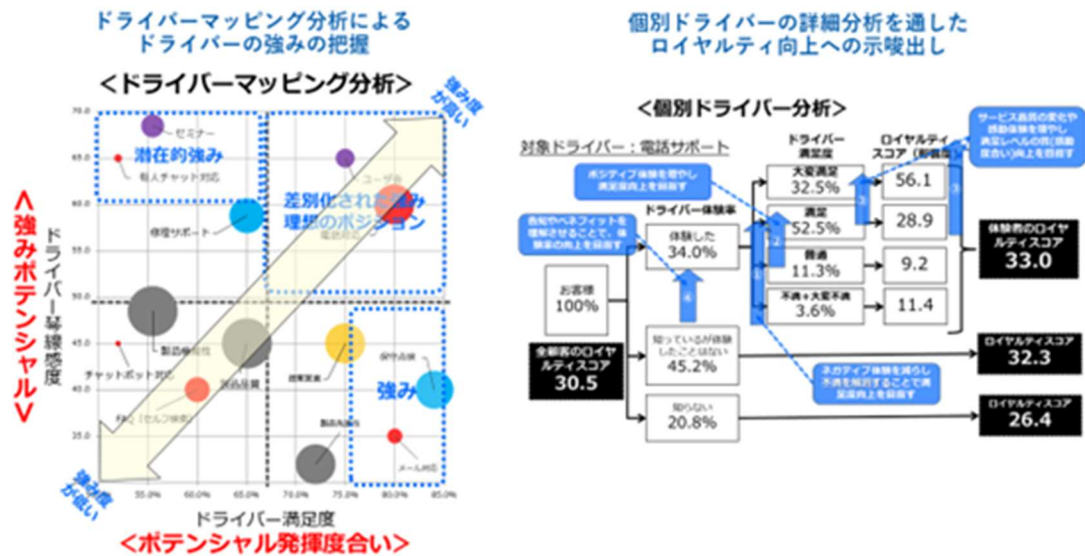
2. ロイヤルティドライバー6つの法則

ロイヤルティドライバー満足度や琴線感度、体験率などに応じて心理ロイヤルティを構造化・定量化できます。

3. 数値に基づいた科学的なマネジメント

LTV への収益貢献度がわかり、定量化の結果数値に基づく科学的なロイヤルティマネジメントができます。

(成果物イメージ)



本サービスに関する詳細な情報については、当社サービスページをご覧ください。

<https://www.fusion.co.jp/service/customer-loyalty>

なお、「顧客ロイヤルティ」はクライアントのCRM活動を推進する最重要なテーマであり、当社では、本サービスを含む「CRM支援分野」において2025年度の売上高14億円を目指しています。

《本リリースについてのお問い合わせ先》

フュージョン株式会社 ビジネス部門 マーケティング・プランニングチーム

<https://www.fusion.co.jp/contact/>

以上