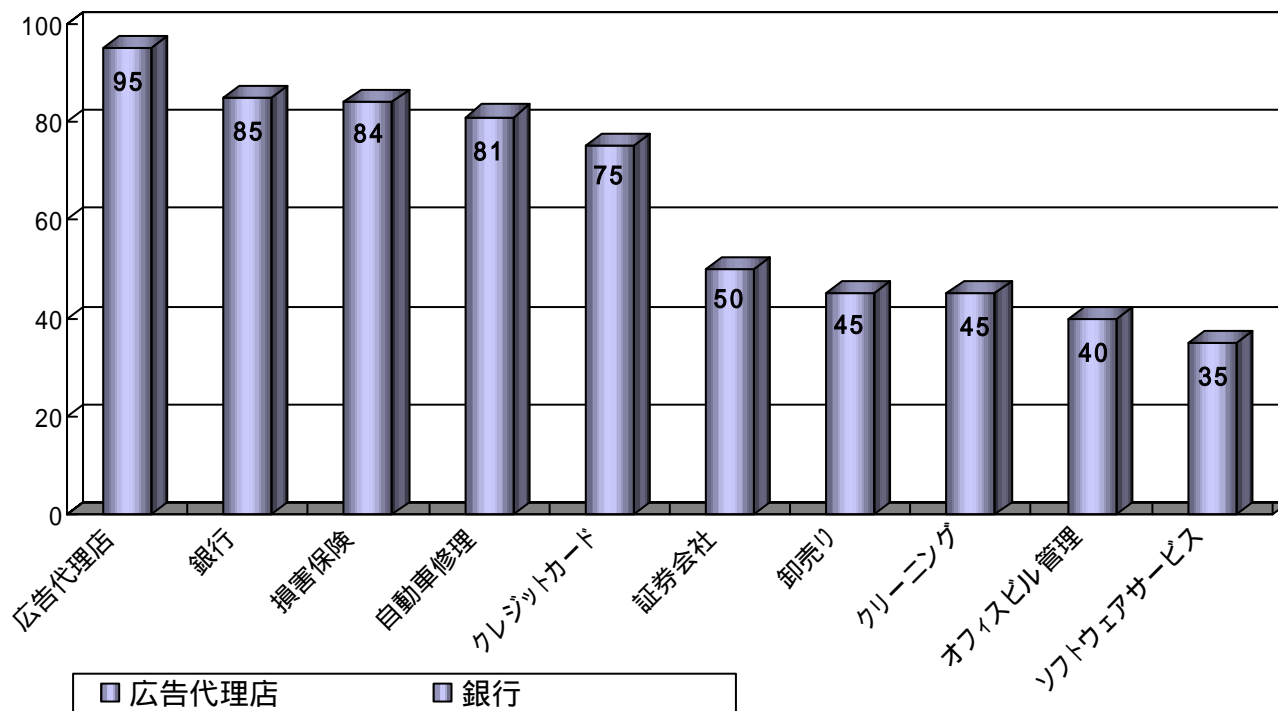

E-FAN! ご提案書

“御社のファン”と呼ばれる人々を増やすことができれば収益拡大につながると考えられるのではないのでしょうか…。

米国のサービス産業において、カスタマー・ロイヤリティーが5%増加したことによる利益増加の割合



By Reichheld and Sasser, 1990

“ロイヤリティーの高いお客様を増やすことは収益拡大につながる”という事例があります。

御社の“ファン(E-FAN!)”を拡大するためのシステム

サービス利用指数

- ・消費者の購買実態ベースで測定
- 御社の商品・サービスの利用状況
- 利用者の消費支出に占めるシェア

好感度指数

- ・消費者の意識ベースで測定
- 御社の商品・サービスの好感度
- 好感度形成要因

両指数が高い顧客を“E-FAN!”と考えます

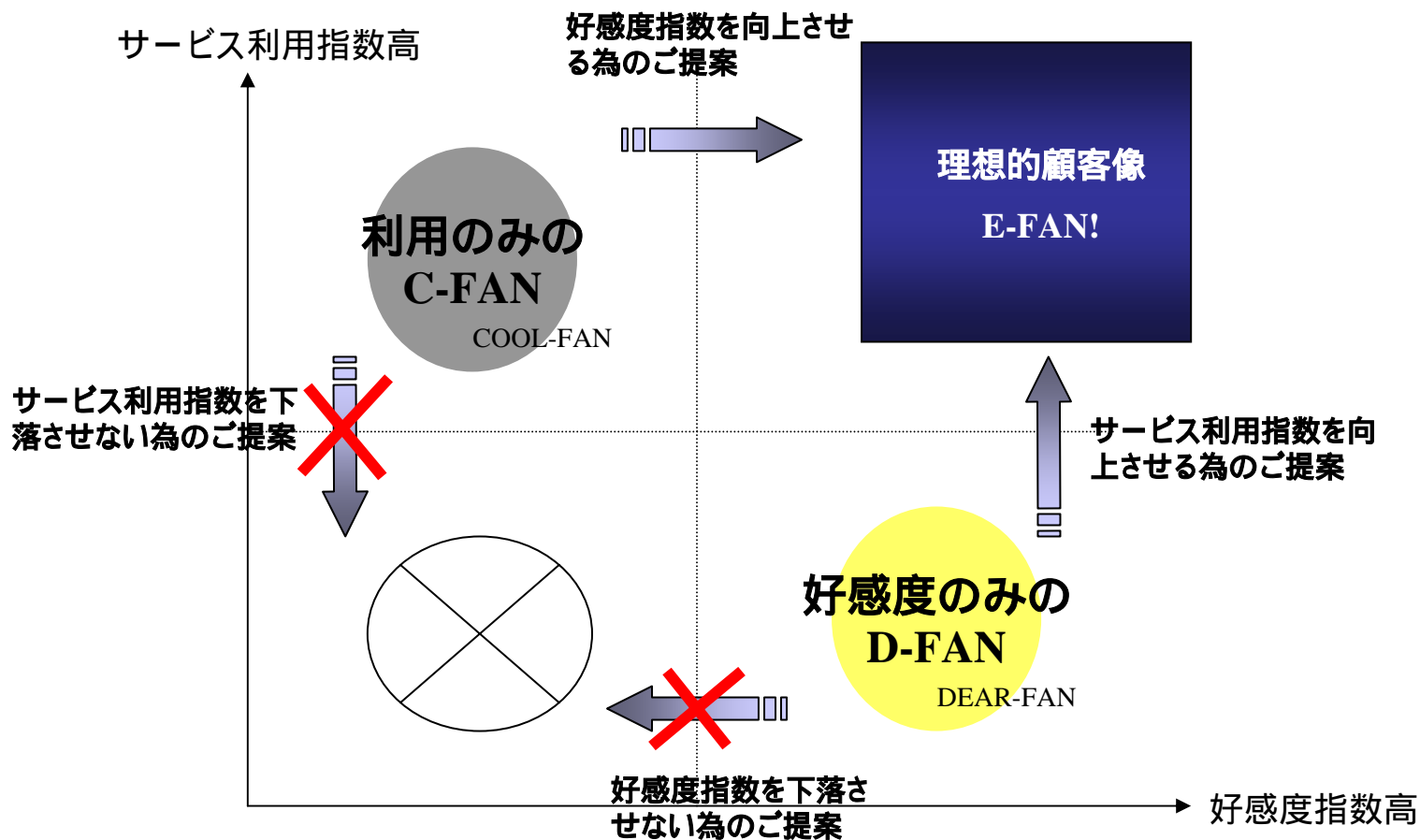
“E-FAN!”拡大の為のご提案

御社の収益拡大

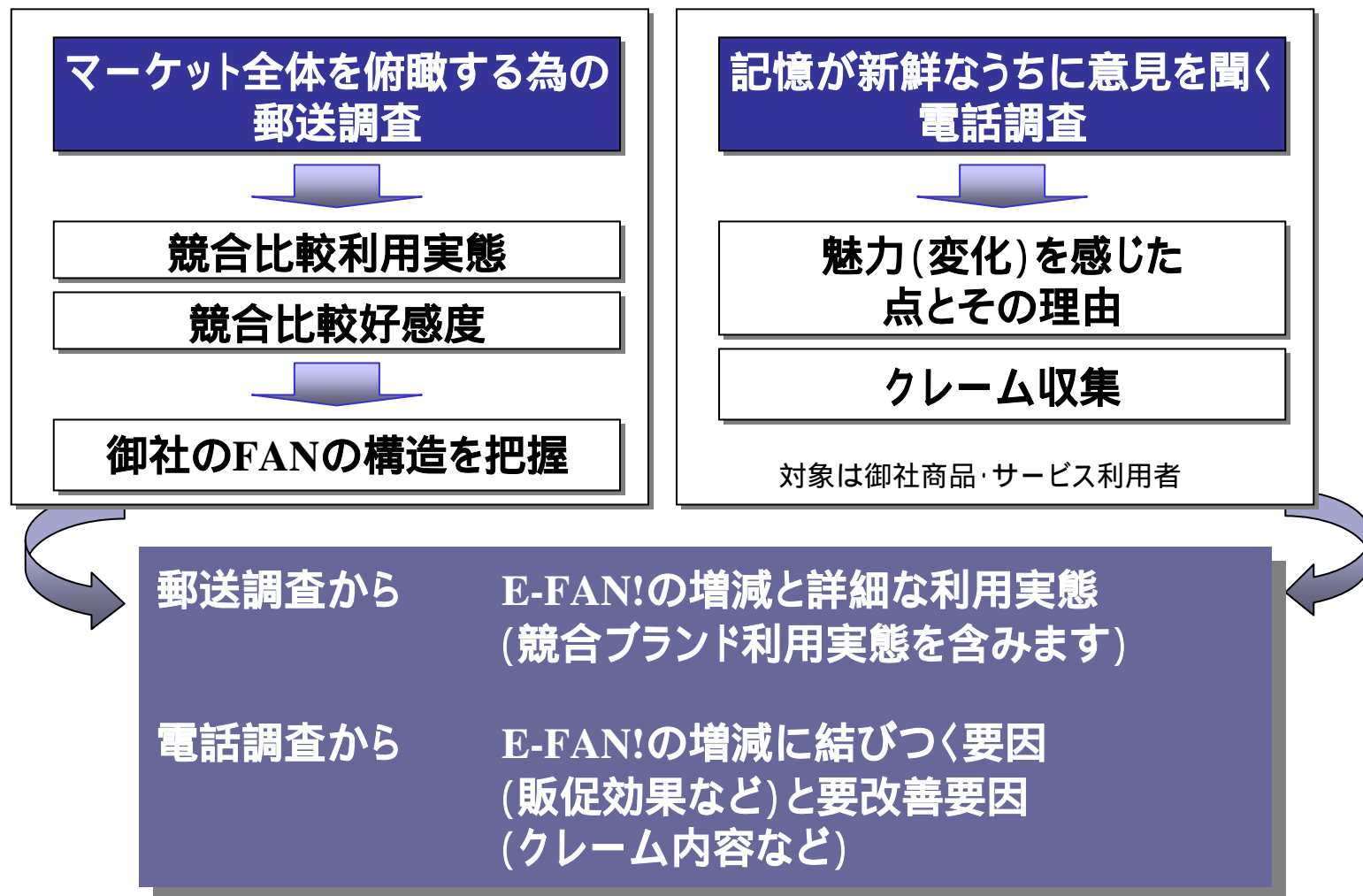
異業種における
E-FAN!のケース
スタディー

やXX等を想定

御社の顧客を以下の4つのセグメントに分類いたします

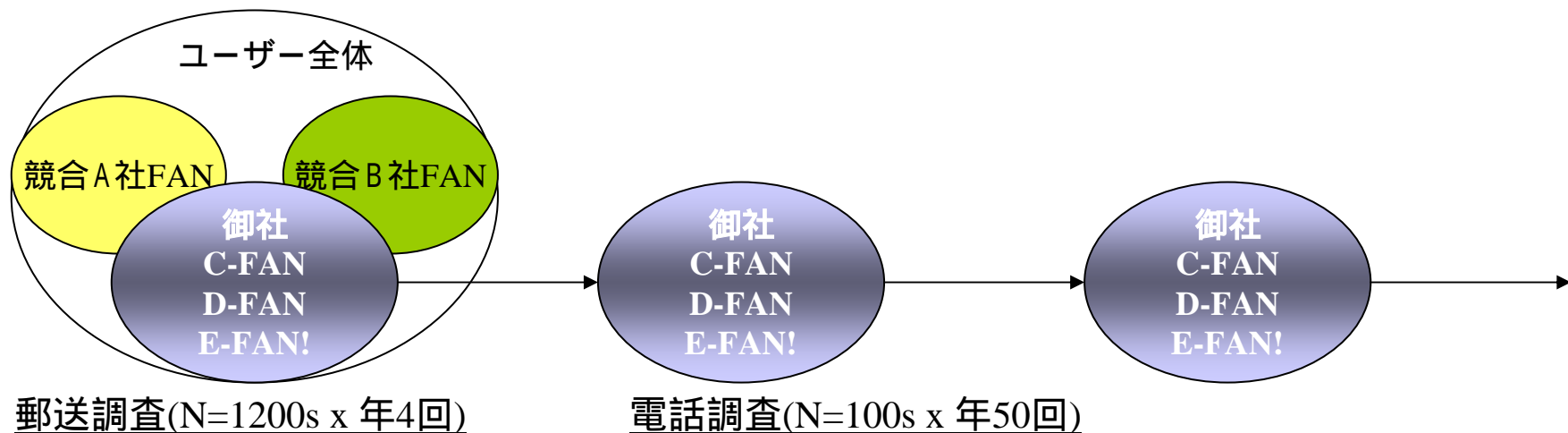


四半期毎の郵送調査(またはオンライン調査)及び週次の電話調査(またはオンライン調査)により御社の E-FAN! の動向をモニタリング。



四半期毎の郵送調査及び週次の電話調査により下記データを収集

	郵送調査	電話調査
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> ・利用実態の詳細 (利用状況/利用環境も含む) ・好感度(各社の順位) ・好感度形成要因の詳細 ・他のサービスのファンになった例 	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント/広告/SPのインパクト ・利用時に目新しく感じた事(好感をもった) ・クレームや不快に感じた事 ・利用と好感度の増減 ・利用状況
対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歳 ~ 歳 男女 ・平均週に 回以上の利用者 	<ul style="list-style-type: none"> ・割付は郵送調査にて決定 ・1週間以内の商品・サービス利用者



全てのデータはWeb上のソフトウェア‘FAN! System’にて管理いたします。
データ、集計結果、レポートは、Web上で24時間確認できる仕組みです。

モニタリングモジュール

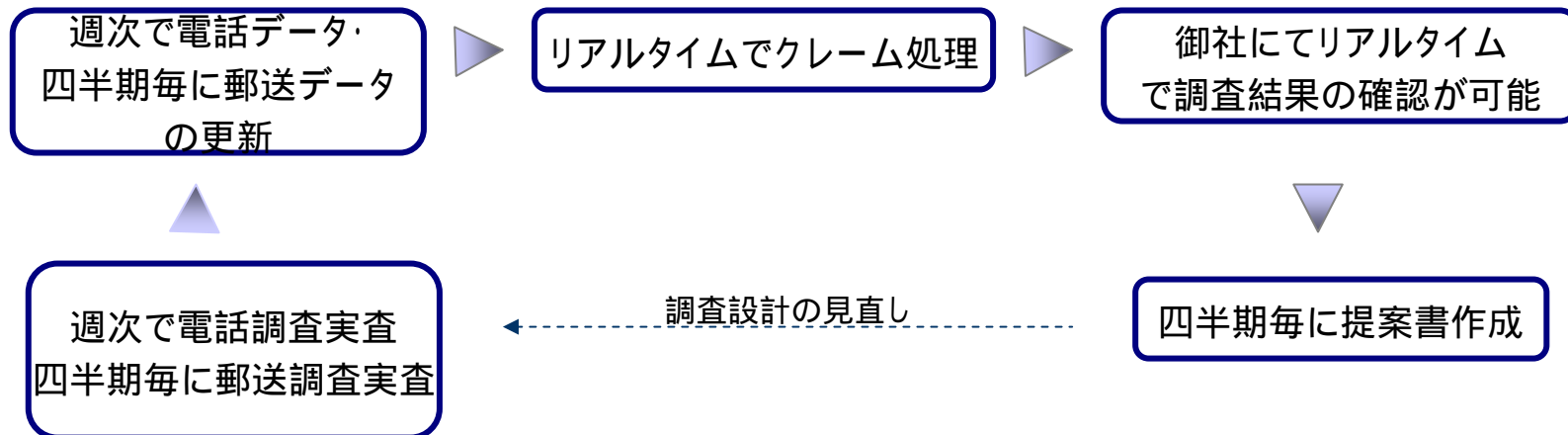
レポートモジュール

機能

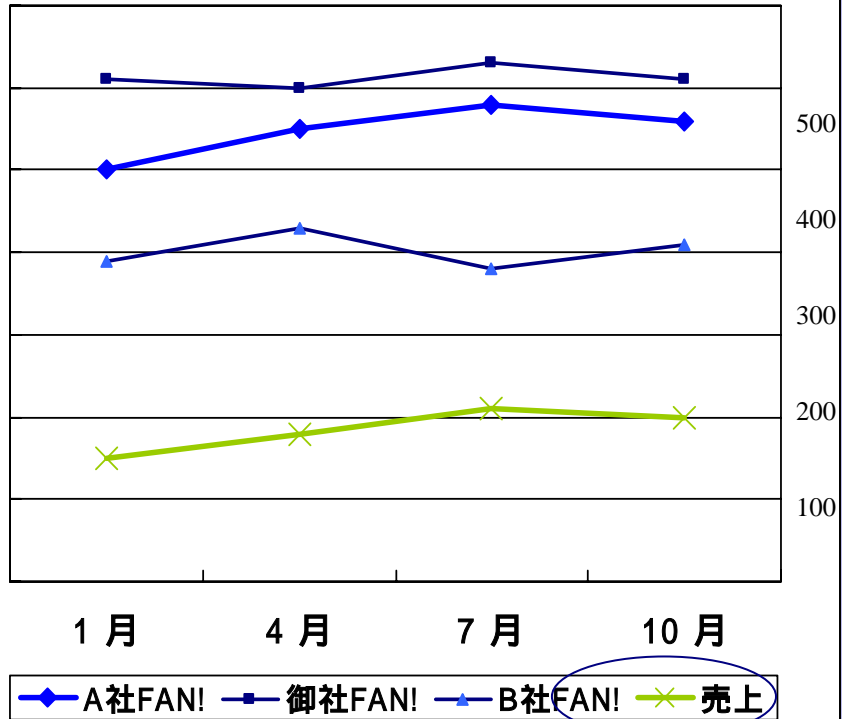
- ・データ入力機能
- ・集計機能
- ・外部データリンク機能

- ・レポート機能
 - トラッキングデータ報告
 - ケーススタディー報告
 - クレーム状況報告

システムの流れ

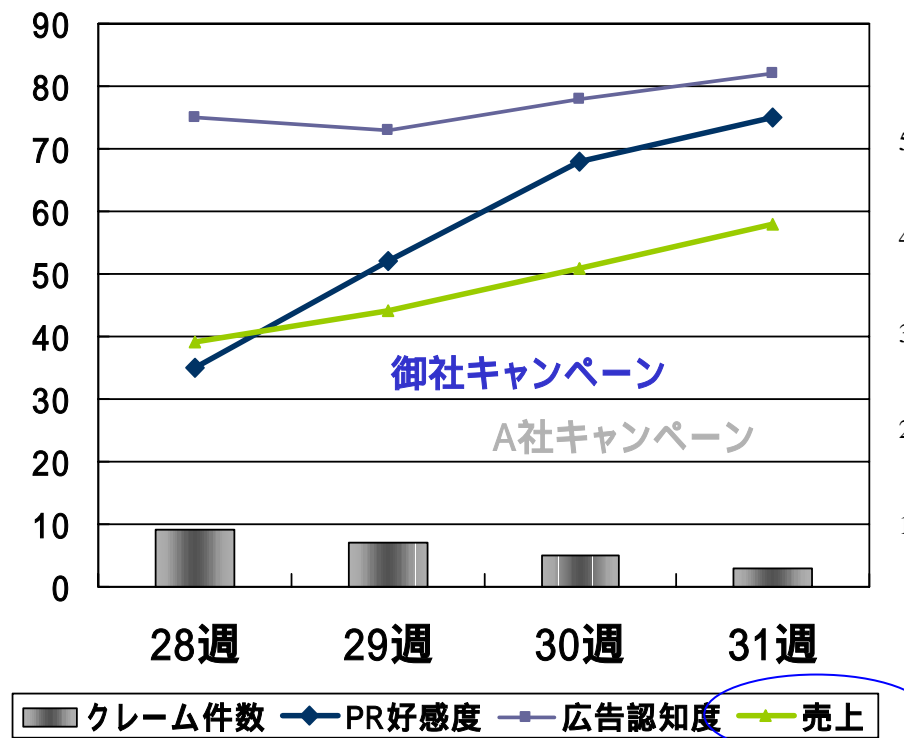


競合比較 E-FAN!の動き (郵送調査より)



御社データ

マーケティング施策の効果測定 (電話調査より)



御社データ