



# スマートフォンを活用した コミュニケーションの実現について

～コミュニケーションの「かたち」について考えてみよう～



# 1. 顧客との関係性について

## 顧客との接点強化 = 顧客ニーズの把握

### 顧客接点の重要性

顧客は、企業との接点を通じて、そのサービスや商品を認知し興味を持ったり、欲しいと思ったりすることで、欲求が生まれ、「購入」という行動が発生します。また、購入後に関しても、顧客との接点は重要です。要は、顧客との関係構築を築き、ロイヤルティを高めていくには、接点強化は必要不可欠

### 顧客との接点強化に必要なもの

#### ① フロントエンド業務： 顧客とのコミュニケーション業務

時代の流れを見極めて、より顧客の使うデバイスやコミュニケーションが取りやすい手法でおこなうのが良いともされています。

TwitterやFacebookだけでなく、LINEなどで顧客とよりカジュアルに対話していく手法へ変化していっています。

#### ② バックエンド業務： 「顧客とのコミュニケーション」に必要な情報を創出する業務

過去の購買・利用行動や現在の属性情報などを分析することが求められています。

「誰に、いつ、どこで、何を、どのように、アプローチするのか？」の仮説を立てておく必要があるでしょう。

## 2. 消費者の購買行動モデル

<AIDMA>

1920年代のアメリカで提唱され、消費者の心理的プロセスモデル。

A

Attention : 注意

I

Interest : 興味・関心

D

Desire : 欲求

M

Memory : 記憶

A

Action : 行動



### 3. 「4P理論」と「4C理論」

マーケティングプランの組立てやプランの見直しに役立つ2つの理論について

Product : 製品

Customer Value : 価値



品質・デザイン・ブランド名などの製品がターゲットにとってどんな価値となるか？



Price : 価格

Customer Cost : 費用



標準価格・値引きなど、ターゲットが負担する費用の適正が実現できているか？



Place : 流通

Convenience : 利便性



営業日・営業時間・注文方法などは、ターゲットの利便性を向上させてるか？

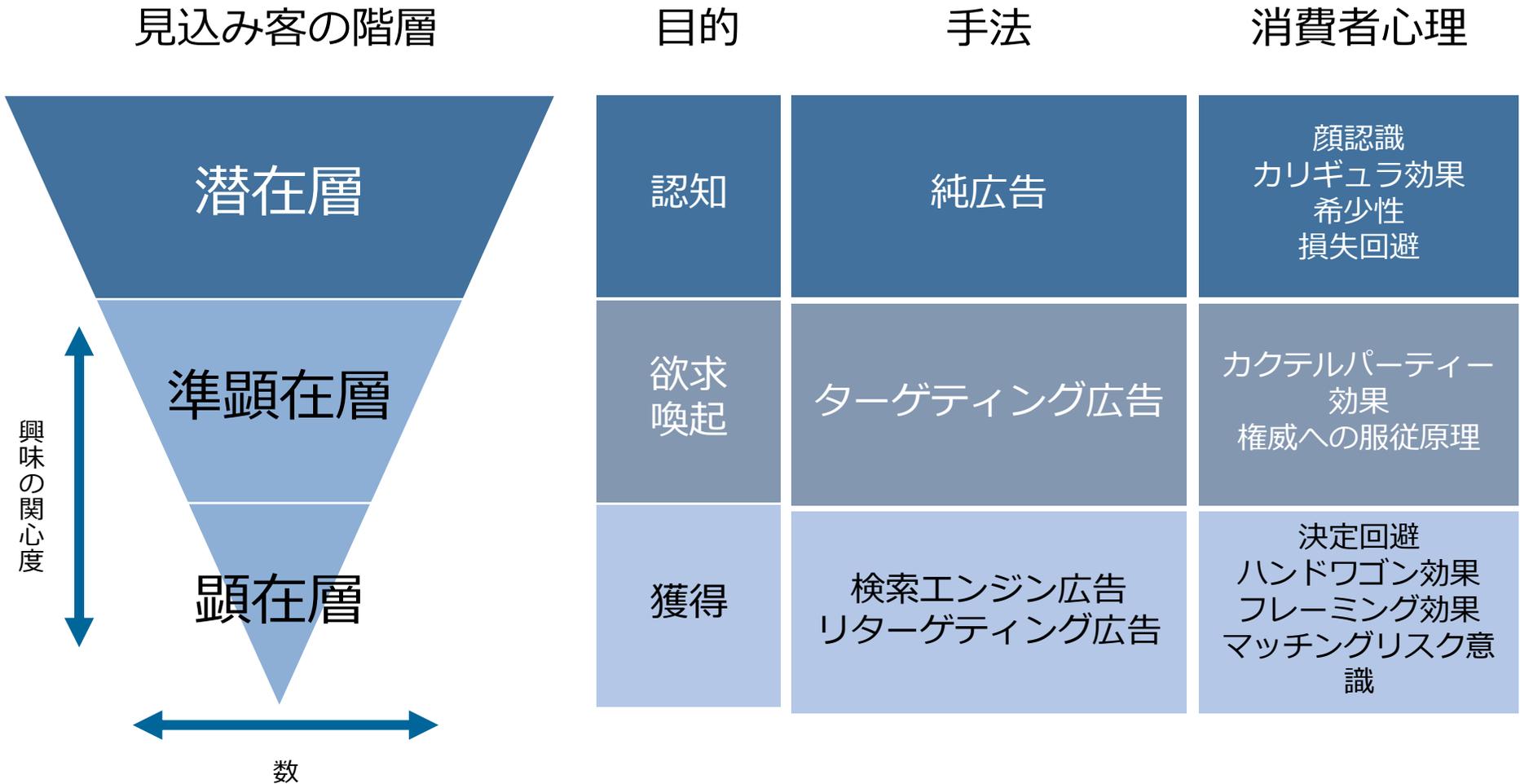


Promotion : 販売促進

Communication :  
コミュニケーション

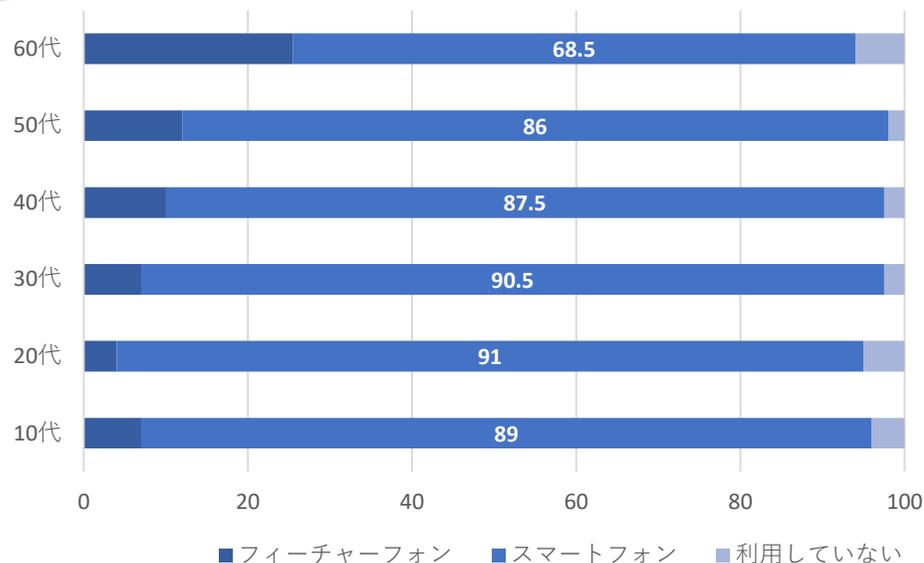
販売促進・PRが、提供側とターゲットの双方向のものになっているか？

# 4. 消費者の購買プロセス（パーチェスファネル）



# 5. スマートフォン普及率

年代別利用状況



## <スマホ利用率・年代別トピックス>

- ・ 10代～20代では約9割に
- ・ 2013年7月には半数に満たなかった40～50代も8割越え
- ・ 60代では2013年7月にわずか17.9%だったスマホ普及率が7割に迫る

## <地域別トピックス>

- ・ いずれの地域も2013年7月と比較して大幅にスマホ普及率が増加
- ・ 地域別スマホ普及率の最高は九州で9割超え

地域別利用状況



# 6. 「Cloud Community」 とは

## 届けたい人だけに情報を配信するモバイルアプリ



# 7. Cloud Communityの活用範囲

病院と職員、患者との情報連携  
お薬手帳のモバイル化による医療履歴  
の確実な保管

企業内の情報連携強化  
社員とのコミュニケーションの場として

学校と職員、学生、学生  
家族の情報連携  
学生証のモバイル化によ  
る魅力度アップ

新規・既存顧客への定期的な  
情報発信による「いつも新し  
さ」を提供

パンフレット媒体からデジタル  
へ  
観光アプリとの連携による集客  
活動

管理物件利用者への情報連  
携として  
新しい物件情報の提供

市民同士のコミュニケーション  
の場として  
自治体と住民のコミュニケー  
ションの形の変化へ



病院



企業



商業施設



学校



不動産



旅行



自治体



## 8. 活用事例

# 不動産業における活用例をご紹介します

# <現状の業務課題>

1

## 新規顧客獲得

来店やホームページなどのWeb経由で獲得した新規顧客情報の有効活用による**契約数アップ!**



2

## 既存顧客満足度

契約後の顧客に対して、他社優位性と顧客満足度アップによる、**リピート率アップ!**  
業務効率化による**働き方改革の実践!**



<やるべきこと>

契約数アップ！

リピート率アップ！

魅力ある企業であることをアピールする

現在の消費者は、情報の量や質で購買に関する判断をすることが多いことから、企業の魅力をアピールできる場を提供することが、近道であると考えます

# <Cloud Community活用>



店舗に来店



こんな情報まで提供してくれる会社なら、安心してお任せできそう！



新しい物件の紹介



お部屋コーディネートを紹介



近隣施設（公園）の紹介



交通機関の紹介

# <Cloud Community活用>



## 魅力ある企業への挑戦！

Cloud Communityは、コンテンツ配信のモバイルアプリです。「魔法の道具」ではありません。

消費者の心を動かすコンテンツを定期的に配信することが、道具を使いこなして成功する秘訣です。

シティアスコムでは、CACSOオープンイノベーションコミュニティ（CACSOIC）に、アイデア豊富なブレインがおります。コンテンツに困った際には、お気軽にご相談ください。

モバイルアプリの活用は、今後ますます増えていきます。一足早く活用して、貴社魅力を確立させましょう！

## 8. 活用事例

# 学校（教育機関）における活用例をご紹介します

## <現状起きている事象>

学校内の情報が全てスマートフォンに  
イメージアップを図ってみませんか？

学校からのお知らせ  
が印刷された紙をな  
くしてしまった

学校から保護者  
への連絡は、早  
く欲しい

学生証をなくし  
てしまった。再  
発行の手続きが  
面倒

学校

行事を行うたびに事務  
作業が増加する。何か  
削減の方法はないか？

ゼミやサークルの連  
絡は、全て個人の  
LINEでやっている

## <Cloud Community活用>



教員及び職員に向けての情報連携として活用会議通知や授業時間変更など、業務の効率化を図る



学内の通知情報を掲示板からモバイル配信へ学校の魅力度が向上し、掲示板整備の事務作業も低減できる

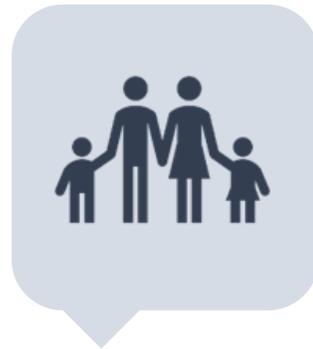


学生証をモバイル化することで、学生証発効費用を削減でき、紛失リスク（紙媒体でないためセキュリティも担保）を低減できる  
学内の支払いをキャッシュレスにすることも可能

# <Cloud Community活用>



グループ配信を利用し、サークルやゼミなどの活動に利用することで確実に情報が届く  
管理者（学校側）は、配信された情報から活動内容を把握できる



学生のご家族への連絡に利用することで、発送費用や事務作業の低減に貢献できる



学校（教育機関）向けに作成した動画を  
ご覧ください

## 9. 最後に

世の中に情報が溢れている現状で、いかにして顧客に自社のファンになってもらい、中長期的な関係性を築くことができるか？がポイント。

情報が溢れている = 自分のためだけの情報が欲しい

ぜひ、顧客目線になって、「接点」について考えてみませんか。

