

行動促進モバイルアプリを活用した 商業施設の顧客接点改革ソリューション

顧客行動データドリブンのリアル店舗での顧客戦略の実践

デジタルテクノロジーの進化により、実店舗で検討・購買する時代から、モバイルアプリを中心にした購買が当たり前の時代になりました。その中でも、特に実店舗を軸にビジネスを展開し、小売、サービス、飲食など多様な業態を抱える商業施設では、時間・場所に関わらず顧客のライフスタイルの一部になっているモバイルアプリを、いかに活用して集客に繋げていくかが今後の戦略になってきます。

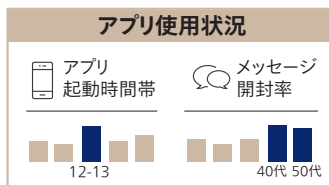
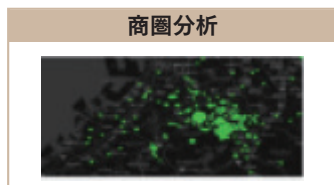
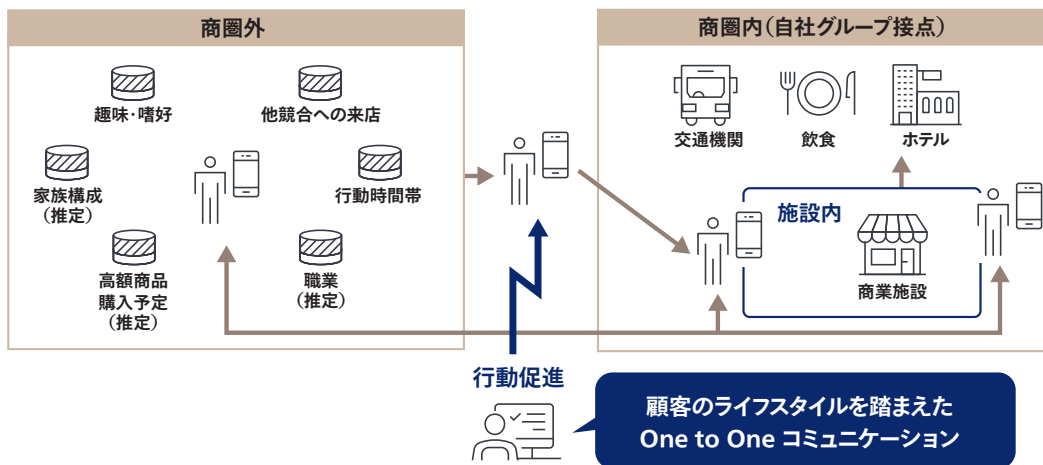
一方で、現状のモバイルアプリの取り組みは、分析に活用できるデータが少なく事業単体の施策に陥っており、またグループ企業のデータ資産も有効活用できていない状況です。結果として、ポイントカードの代替やECサイトの焼き直しに終始する事例が多く、顧客の行動を俯瞰的に捉えて集客を実現できている事例は多くありません。

アビームコンサルティングは、デジタル・リアルを横断した顧客体験の中心となるモバイルアプリとプラットフォームの構築を支援するとともに、グループ企業全体の利活用を見据えた本質的な顧客接点改革を実現します。

行動促進モバイルアプリの重要性とポイント

顧客が多様なメディアに接することができるDX時代の顧客接点では、いかに顧客の注意を惹きつけ、自社グループの商品やサービスに興味を持ってもらうかが重要なポイントで、顧客のライフスタイルに密着しているスマートフォンは、位置情報を用いて顧客の注意や興味関心に対してアプローチできる点で有効な接点です。

顧客がモバイルアプリを利用することで得られる位置情報を効果的に分析することにより、顧客一人一人にその時その場所でほしい情報をプッシュ型で提供するような、顧客のライフスタイルを踏まえたOne to Oneコミュニケーションができるようになります。これにより顧客の行動が促進され、自社店舗への来客だけでなく、自社グループの商品・サービスの購入に繋がり、相乗効果を生み出します。



行動促進モバイルアプリによる想定効果

「気づき」の提供による 機会損失の削減

顧客が今いる場所から近い店舗を知らせるなど、顧客の状況に応じた通知を行うことで、店舗を知らずに通り過ぎてしまう機会損失を減らし、来客を増加させます。

「きっかけ」づくりによる 需要の換気

顧客のライフスタイルや属性に応じたセール情報配信やクーポン配布を行うことで、顧客の購買意欲を高め、売上につなげます。

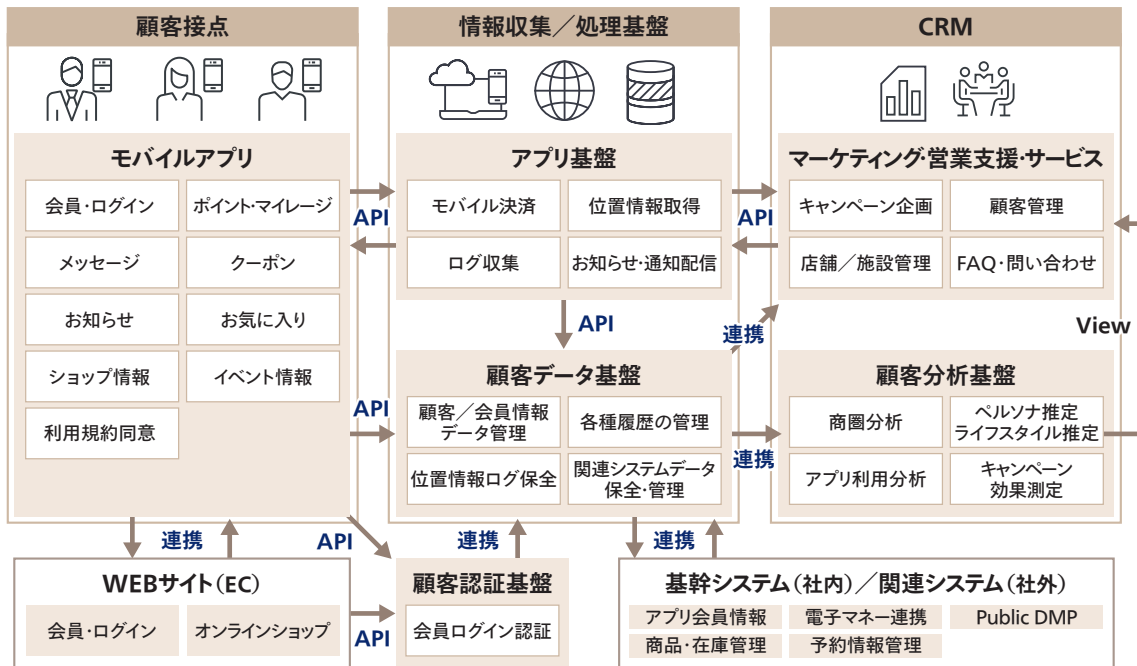
「つながり」の構築による ロイヤリティの獲得

モバイルアプリを通じて顧客へのサポートやポイントプログラムの提供を行うことで、長期的な関係を構築し、継続的な売上獲得を実現します。

ソリューションの実現イメージ

顧客一人ひとりによりマッチしたコミュニケーションで売上を獲得するには、モバイルアプリの提供だけではなく、マーケティングや営業支援といった社内外の関連するデータをCRMに集約し、多面的な分析をもとに施策立案をできるようにすることもポイントです。

アビームコンサルティングは、総合コンサルティングファームならではの幅広いサービス/業種のカバレッジを生かし、モバイルアプリとCRMを掛け合わせたトータルなソリューションを提供し、複数の企業・業態にまたがって活用を支援します。もちろん、実際の業務に合わせた機能の取捨選択やカスタマイズも可能です。



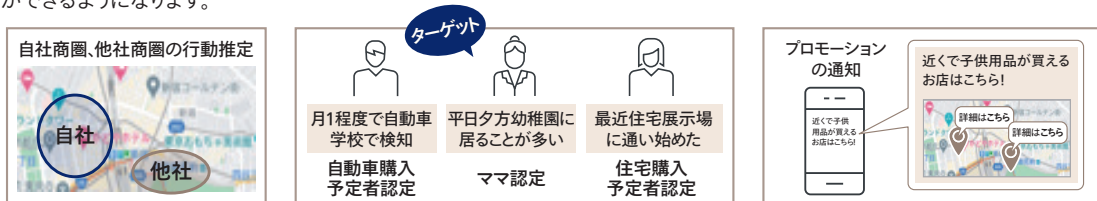
ビジネス デューデリジェンスの重要性

ビジネス デューデリジェンスの実施により、ターゲット企業の事業の特徴(強み・弱み、ビジネスモデル、シナジー実現可能性、競争優位の継続性など)と内在するリスクを第三者の目線で明らかにし、企業が経営判断を行うための客観性を担保します。

アビームコンサルティングは、総合コンサルティングファームならではの幅広い業種/サービスのカバレッジ、多種多様なデューデリジェンス/PMIの実績、効果的にリスクを見極める力および実現性にこだわった事業シナジーの精査力を生かし、サービスを提供します。

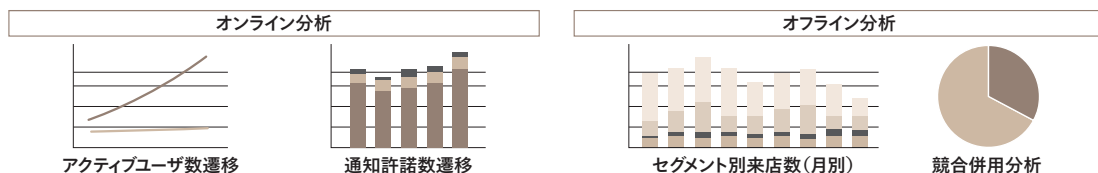
【ポイント①】 タイムリーな顧客アプローチを可能とするモバイルアプリ

位置情報や訪問ページなどのリアルタイムデータをもとにしながら、プッシュ型での通知を行えるため、顧客の買い時を逃すことなくタイムリーなプロモーションができるようになります。



【ポイント②】 多様な顧客データを集約し施策を高度化するCRM

モバイルアプリで獲得するデータだけではなく、CRMや基幹システムで保有する顧客データを集約し、分析・可視化することで、従来の定性的な分析では得られない高度な顧客インサイトを獲得し、施策立案やプロモーションにつなげられます。



【ポイント③】 グループ全体への展開も見越したアーキテクチャ

単一企業でのチャンネル構築に留まらず、グループ全体で活用するDX×CRMアーキテクチャを構築することで、グループ間での相乗効果を発揮することができます。

