

(7) 2019年(令和元年)7月11日(木曜日)

第1709号

週刊

通販新聞

発行所
株式会社 通販新聞社
東京都文京区本郷2-11-6
(谷口ビル4F)
〒113-0033
電話 03-3815-7635(大代表)
03-3815-1903(代表)
FAX 03-3815-7196
URL <http://www.kbns.co.jp>
毎週1回(木曜日)発行
購読料 年間31,100円(税込)
振替口座番号 00140-2-705705

注目の 支援サービス

化粧品通販を行うハイサイド・コーポレーション(本社・東京都目黒区、高瀬武英社長兼CEO)は、アンケートを上手く活用することで顧客との関係強化を図っている。目的は、「顧客を深く知る」ことだ。得られた声は商品開発や広告戦略に活かす。とくに、まだ愛用歴の浅い顧客との接点に効果があるのが「SMS」。督促や請求の活用が先行するSMSだが、ユーザーへの浸透を背景に、開封率の高さを活かして顧客コミュニケーションを行う。

つ越しなど、ユーザー側のクリック率は、約23%で、このうち6割ほどの回答が得られた(昨年の関係構築に適したツールだ。通知性の高さを活かし、まだ関係の浅い肌の状態、趣味・嗜好など、アンケート形式をとることで顧客のパーソナルな情報が引き出しやすいという。アンケート依頼を切り口に「初回限定クーポン」など販促の要素を持たせることで、商品購入につながるケースも多くなる。

ハイサイド・コーポレーション アンケートで「顧客を知る」 コミュニケーションにSMS活用

SMSの配信ツールは、シンテック(本社・東京都千代田区、柳秀樹)というメリットがある。物と比べてコストも安価というメリットがある。SMSを使ったアンケートも有効という。本商品購入への広告配信など、ウェブを分析しがちだが、「買望が増えないように注意しながら運用している。価値の不一致が生じている可能性がある。商品価値にあった顧客、エリア」

SMSは、メールに比べて開封率が高く、郵送物と比べてコストも安価というメリットがある。SMSを使ったアンケートも有効という。本商品購入への広告配信など、ウェブ



ハイサイド・コーポレーションの品川嘉代取締役
商品開発においても高い回答率が得られる。アンケートにより顧客を知ることとを重視する同社では商品のパッケージ、形状など商品開発においても活用している。このことが、ロイヤリティの向上にもつながっている。一方、SMSは初回購入者などに有効なツール。それぞれの特性を見極めつつ、顧客との関係強化を図っている。

フルフィルメント・周辺