

INDEX

- 1 ■ 顧客に選ばれるWEBサイト：自分で作る・ホームページ
■ 色と経験とおいしさ：色のふしぎ
- 2 ■ 連休の楽しみ方：季節のたより
■ レリッシュに新たな仲間が加わりました!：メンバー紹介 ■ 今月のクイズ ■ 編集後記

自分で作る・ホームページ

顧客に選ばれるWEBサイト

顧客の囲い込みによる消費の創出とは

「顧客の囲い込み」という言葉でピンと来る方は、今さら『CRM?』と思われるかもしれません。CRMとは「Customer Relationship Management」の略語ですね。その要諦は大きく二つ。一つは、より多く顧客との接点を持つことで消費支出を可能な限り高める事(“空間軸”の顧客囲い込みアプローチ)。もう一つは、顧客の人生という時間の中の節目に応じた接点を持つ事(“時間軸”の顧客囲い込みアプローチ)です。いずれにしても「顧客を囲い込む」という企業視点のメリットを追求して消費を創出する戦略。怖いですね〜、まるで囚人になってしまうかのようです。(^^)

企業の狙いどおりに事が運べば顧客は否応無く囲い込まれる事になるのですから、顧客は選択の自由を制限される事になります。CRMは企業のメリットと顧客のメリットが相反する戦略であるとも言えそうですね。CRMを顧客視点に近づけたいなら「顧客が選択できる機会」の提供を考え、顧客が不利になるような囲い込み戦略に傾倒しないようにするのが肝要です。

情報の透明性を高める

では、どうすれば選択の機会を求める顧客に選ばれるのか? そのためには顧客に対する情報の透明性を高め、選択の検討対象に最後まで残れるように情報開示を行う努力が必要であると考えます。例えば自社のサイトを利用して[図2]にあげる施策を取る。企業にとって不利益に繋がる短所・弱点を含めた情報やクレーム情報を開示する事は毅然とした企業精神を印象付ける事にも繋がります。そんな観点からWEBサイトを活用する事ができます。

CRMの要諦

顧客との接点を増やす
(空間軸のアプローチ)

人生の節目に応じた接点を持つ
(時間軸のアプローチ)

+

顧客が選択できる機会

図1 CRMに顧客利便性をプラスして考える

- ➔ 短所・弱点も含めた情報の開示
- ➔ 比較系サイトへの情報提供
- ➔ 顧客からの質問と回答の開示
- ➔ 顧客からのクレームと対応の開示
- ➔ 顧客インタラクション(顧客同士のコミュニケーション)を容認する

図2 情報の透明性を高めるための施策例

色のふしぎ?

色と経験とおいしさ

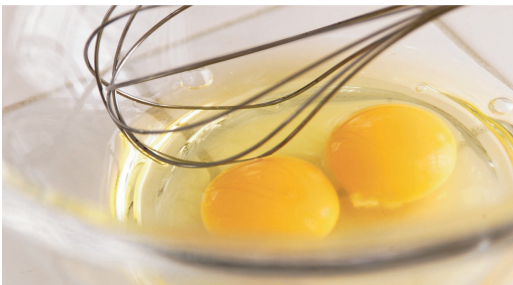
昔、テレビでこんなことをやっていました。目玉焼きの黄身の色を変えてお客様に出したらいったいどんな反応が返ってくるかという実験です。

赤い色にしたら、特に問題なく食べてくれました。緑い色にしたら、躊躇したものの食べてくれました。しかし青い色にしたら、お客様は怒り出してしまいました。

そんなの当たり前だ!とってしまったあなたのそれは、実は味覚と色の関係がそれまで食べてきたものの経験に基づいているのだということをご存知でしょうか。

食品売り場に並んでいるものは、赤いお肉や緑の野菜、黄色い果物。黒いゴマや白い米。また逆に、最近は流通の多様化で増えたとはいえ、紫、特に青の食材はなかなか見つけることが出来ません。これをバナナで例えてみると、輸入に頼る国は比較的熟していない青や黄色がかった実を、そうではない地域では茶褐色のよく熟した実をおいしい色だと感じるのだそうです。

もしもお肉の色がもともと青かったら青い目玉焼きはおいしく感じていたのかも? うーん。でもやっぱりお肉は赤いほうがいいですね!





季節のたより 連休の楽しみ方

大型連休のご予定はもうたてられましたか？旅行や遊園地、お食事やお買い物に出かけたり。はたまた家でじっくり本を読んだり心行くまで寝て過ごしたり、なんて方もいらっしゃるかもしれません。特にアウトレットモールなどのショッピングセンターでは、オーケストラや大道芸人たちのショーを無料で楽しめたりするので、本当は出かけたけれどやっぱり予算が…とお嘆きの方にはびったり。

また、人がいるところはいやだなーなんて感じたら、近所の公園や山や海に出向いて木陰に座って風の音や日の光を静かに堪能するのも贅沢だと思います。体で感じる自然や音楽の生演奏。芸の最中の思わぬハプニング。普段見ることを感じることがない場面に会えるということはどんなにすばらしいことでしょう。たまの機会、羽目をはずして周囲に迷惑をかけたり怪我をしてしまった、などということがないよう気をつけて、存分に楽しんでください。

今月のクイズ

次の◆の中を埋めてください。
CRMを顧客視点に近づけるのに必要な事は？
「顧客が◆◆できる機会」を提供する事

Rel-ish ★ セレクト プレゼント

本誌内のどこかに
ヒントがあるよ！



∞プチプチ ぶち萌え
(株式会社バンダイ)
※種類は選べません。

退屈しのぎの癒し系！

3名

■応募方法

ハガキ、FAX、メールからは、お名前・会社名・郵便番号・住所・電話番号とクイズの答えをご記入の上、下記宛先へご応募下さい。
宛先：〒194-0013 東京都町田市原町田二丁目2番1号
ライオンズマンション町田第6-402
FAX：042-705-9766 Mail：present@rel-ish.co.jp
応募フォームにてご応募される方は（<http://www.rel-ish.co.jp/present/>）へ。
締切：2008年4月30日

※ 厳正な抽選の上、当選は発送をもってかえさせていただきます。

携帯電話からのご応募は、こちらから。▶
<http://www.rel-ish.co.jp/present-k/>



前号のクイズの答えは「体」でした。本号のクイズの答えは次号発表いたします。



よろしく
お願いします！

Rel-ish メンバー紹介

レリッシュに新たな仲間が加わりました！

はじめまして！

3月よりレリッシュのメンバーとなりました「うにゃ」です。8年3ヶ月ぶりの仕事への復帰ということで、毎日がカルチャーショック！ときどきしながら日々勉強の毎日です。

●これまでの経歴など・・・

結婚に伴い富山から長津田に越してきて6年ほど、町田に住んで2年がすぎました。以前は印刷会社で製版オペレータ、デザイン事務所でDTPのオペレータを経験しました。

●趣味や特技など・・・

文房具店や画材屋さんをウロウロ。（色鉛筆や紙にときめきを覚える！）普段は全く飲みませんが、お酒大好き。少し健康おたく。（スキンケアや歯磨きが好き！しかしダイエットはいつも続かない。）
雪国育ちなので、雪道の運転はへっちゃら。真冬の山道もOK。
（飲んでばかりだったせいでスキーやスノボは初心者・・・）

●これから挑戦したいことなど・・・

かなりアナログな生活をしてきた私ですが、WEBの世界は奥が深い！でも楽しい！動画やフラッシュを使って動きのある、みなさまにどんどん見ていただけるようなWEBサイトを制作できればと思います！
不慣れなことも多い私ですが、一日も早くレリッシュの戦力となり、お客様に喜んでいただけるような仕事をしたいと思います。
末永く、よろしくお願いたします。

編集・発行：レリッシュ株式会社 **Rel-ish**

〒194-0013
東京都町田市原町田二丁目2番1号
ライオンズマンション町田第6-402号室

0120-212367

受付時間：平日 AM 8:30 ~ PM 16:30

<http://www.rel-ish.co.jp/>

《所属団体》・町田商工会議所 - サービス業部会
・ソフトウェア振興会 - 研修委員会
・社団法人町田青年会議所 - 広報渉外委員会
・町田法人会 - 青年部会

編集後記

制作スタッフからの一言です！

- きむ > 3月。2名の優秀なスタッフが入社してくれました！町田ナンバー1を標榜するレリッシュのデザイン力は倍にアップ！（当社比）
- べべ > 普段は折り畳み傘愛用者。いつもかばんに忍ばせてます。「ばきっ」はうあっ！折れた！もろいのが難点。安いから？
- iori > 買おうと思っていつも忘れる折りたたみ傘です。カサナニソレオイシイノ？
- MoEgi > お花見で新宿御苑へ。強風で桜の花びらとともにゴミ袋やいろいろ舞ってました…。が、やっぱり桜は綺麗でうっとり♪
- うにゃ > 「手紙は紙に書いていた・・・メール送信がドキドキ！

次号2008年5月号は「2008/5/9(金)」発行予定です