

で変わる顧客ロイヤリティ戦略

TEC
WILL makes Value

スマートレシート

はじめに

スマートレシートは、顧客ロイヤリティ戦略を革新的に変える可能性を秘めています。この新しいアプローチは、消費者理解を深め、より効果的な顧客関係構築を可能にします。



スマートレシート

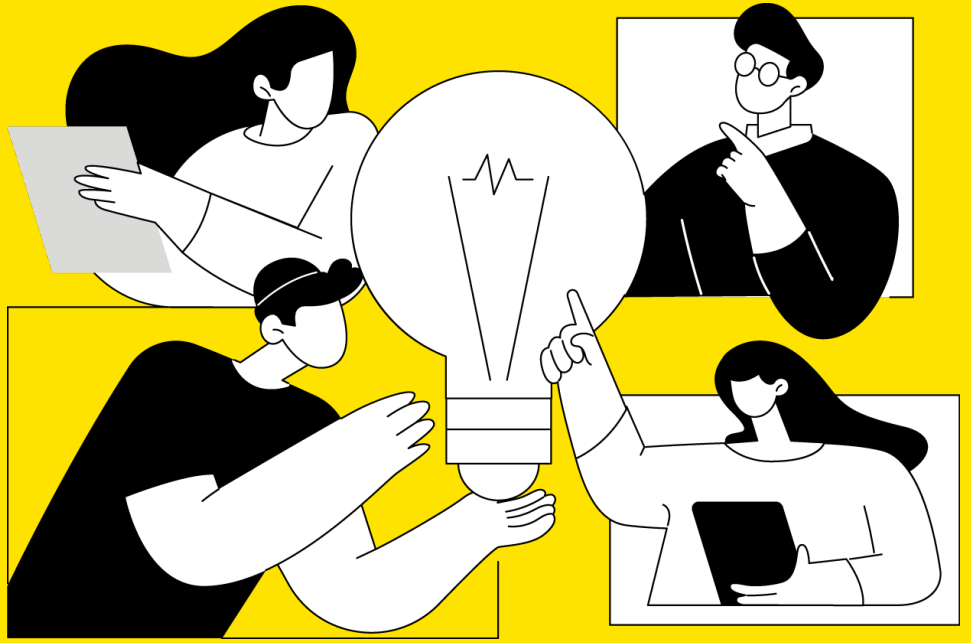
顧客ロイヤリティとは？

定義

消費者が特定のブランドや製品、サービスを選び続ける意欲や姿勢を指します。価格や外部の影響に左右されず、繰り返し購入を行うこと、あるいは他の人にそのブランドを推奨することを含みます。

種類

行動的ロイヤリティ、感情的ロイヤリティ、認知的ロイヤリティなど、種類が細分化されます。



ブランディング戦略との違い

顧客ロイヤリティはブランド戦略の手段・手法の一つ。
ブランド戦略には価値伝達・認知促進・ブランド認知・ブランドイメージなどあり、その中の一つとして顧客ロイヤリティが存在する。



ブランディング		顧客ロイヤリティ
製品や企業の価値を市場に伝え、差別化を図る	目的	顧客にブランドへの継続的な支持を促し、リピート購入を確保
市場全体、特に新規顧客	対象	既存顧客
広告、デザイン、メッセージ、一貫したブランド体験の提供	アプローチ方法	顧客体験の向上、カスタマサポート、ロイヤリティプログラム
主に中長期的な視点でブランド価値を構築する	短期/長期の視点	短期・長期の両方で成果が期待される
ブランド認知度、ブランドイメージ、ブランド価値	成果の測定基準	顧客維持率、リピート購入率、顧客満足度
消費者に感情的なつながりを構築させる	感情的な要素	顧客がブランドに対して信頼と愛着を持ち続けること

スマートレシート

なぜ近年顧客ロイヤリティが重要視されているか



1 価格競争の激化と商品のコモディティ化

背景

市場競争の激化により商品差別化が困難になり、価格競争が主軸となっている。

重要性

顧客ロイヤリティは、価格以外の競争力を生み出す鍵であり、ブランドの価値観や顧客体験を通じて感情的なつながりを構築することで、価格競争からの脱却と安定収益が可能になる。

2 消費者の購買行動・価値観の変化

背景

消費者は機能や価格だけでなく、ブランドのストーリーや価値観、社会的責任、購買体験を重視するようになった。また、サスティナビリティやエシカル消費への共感が高まっている。

重要性

ブランドへの共感を醸成し、消費者が他の選択肢に流れるリスクを低下させるために、顧客ロイヤリティの向上が不可欠。

3 サブスクやロイヤリティプログラムの普及

背景

サブスクリプション型ビジネスモデルやロイヤリティプログラムが普及する一方で、競合他社との差別化が難しい状況が続いている。

重要性

表面的な施策ではなく、パーソナライズされた体験や感情的なつながりを提供することが、顧客ロイヤリティを構築し、持続的な関係性を築く鍵となる。



4 離反顧客の再取り込みが困難

背景

一度離反した顧客を再び取り戻すことには高いコストが伴い、新規顧客獲得よりも難易度が高い。

重要性

顧客ロイヤリティを高めることで顧客の離反を未然に防ぎ、競合他社への乗り換えを防ぐことが、収益の安定化に繋がる。

5 ESG・サスティナビリティの対応による顧客イメージの変化

背景

ESG経営やサスティナビリティに対する取り組みが、消費者のブランド評価に大きな影響を与えている。

重要性

企業の信頼性を向上させ、顧客との信頼関係を強化するために、ESG・サスティナビリティの対応は顧客ロイヤリティ向上の重要な手段と言える。

スマートレシート

顧客ロイヤリティを高めるための関係構築・消費者理解



データ活用による パーソナライズ

購買データを活用し、消費者ごとに最適なプロモーションを実施します。

エシカル・ サステナブルな取り組み

環境配慮や社会貢献活動を通じてブランド価値を高めます。

ブランドストーリーの伝達

商品や背景のこだわりを伝える事で、ブランドの価値を伝えます。

ロイヤリティ プログラムの導入

ポイントプログラムや会員制サービスの導入で継続的な利用を促進します。

SNS・ファンミーティングなどコミュニティの活用

ファンとの深い関係値を構築します。

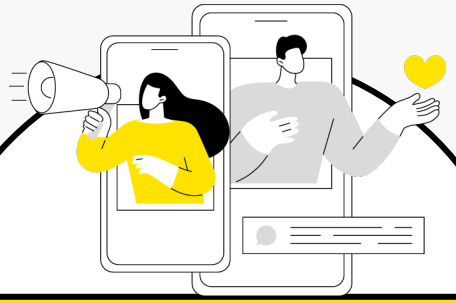
スマートレシート

スマートレシートなら顧客ロイヤリティ向上に最適



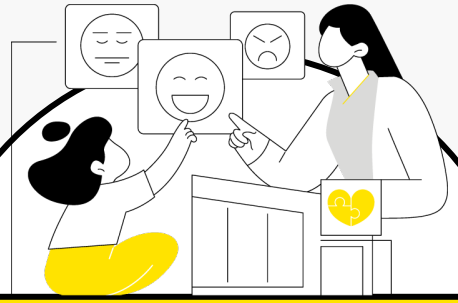
広いチャネルでのアプローチ

小売の現場だけではなく
広いチャネルでのアプローチが
有効です。



商品のストーリー伝達

価格や機能だけではない、
商品のストーリなどを
伝達します。



商品理解に基づくアプローチ

消費者を理解した
アプローチにより信頼関係を
構築します。

スマートレシートの基本情報

ユーザー



スマホにレシートが届くアプリです

スマホでレシート

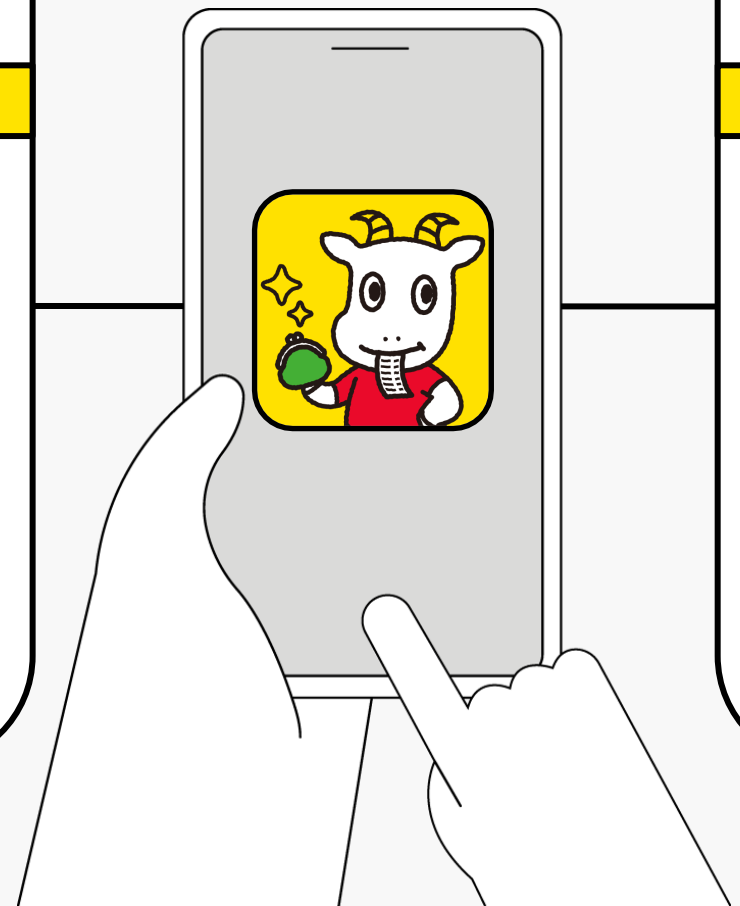
お会計の時にアプリ画面を見せるだけ。
支出集計も自動計算でラクラク。

お財布スッキリ

紙レシートレスでお財布スッキリ。
使うだけで環境にも貢献。

紙レシートも読み取れる

レシートスキャンと連動で
色んなお買い物が記録できる。



小売メーカー



お店の集客に繋がるうれしい機能

スタンプカード機能

お買い物後に自動でスタンプ付与。
レジでスタンプを押す手間が省けます。

キャンペーン機能

購買証明により条件を満たしたユーザのみが応募可能。
応募条件の確認は不要です。

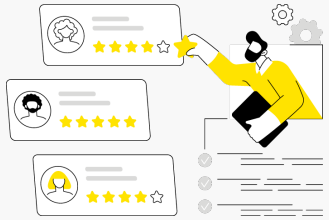
クーポン機能

条件に応じたクーポンの配信が可能。
配布、利用、消込などの情報管理が容易です。

スマートレシート

スマートレシートで出来ること

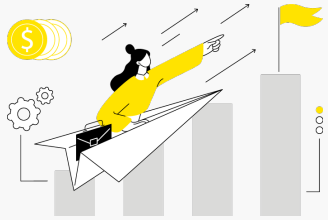
1



顧客セグメンテーション

購入履歴や頻度、購入商品の種類などに基づいて顧客を分類し、ターゲット層ごとに異なるマーケティング施策を展開します。

2



購買行動のトレンド分析

時期や季節、キャンペーンの影響による購買行動の変化を追跡し、最適なプロモーションタイミングを特定します。

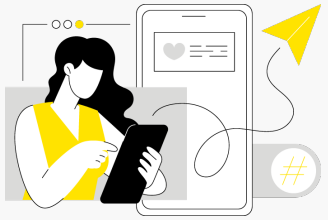
3



クロスセルや
アップセルの機会の発見

購入商品の組み合わせ傾向を把握することで、関連商品や付加価値の高い商品の提案を行います。

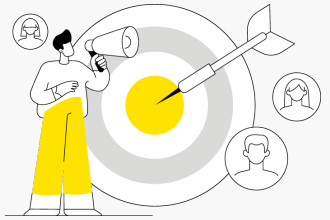
4



顧客離反の予測

購入頻度や金額が減少している顧客を特定し、離反防止のための特別な施策を実施します。

5



キャンペーン効果の測定

過去のキャンペーンを利用した顧客の購買データを分析し、どの施策が最も効果的だったかを評価します。

スマートレシート

スマートレシートでの分析事例

アプリ利用者の購買データを元に様々な分析が実施可能です。

ブランドスイッチ分析

	15週 実績	16週 延数
A社	38	43
B社	84	87
C社	103	111
D社	47	41
合計	272	282

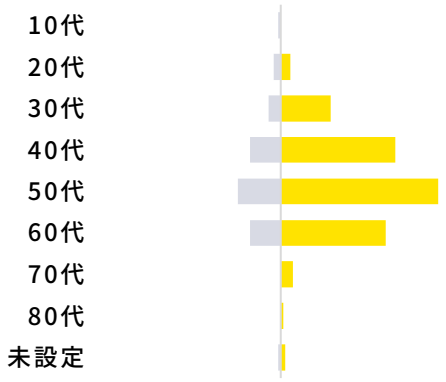
ブランドスイッチ状況 延数

新規	自社→自社	他社→自社	自社→他社
20	10	13	13 …
39	38	10	16 …
48	42	21	14 …
25	10	6	10 …
-	-	-	-

トライアル・リピート分析

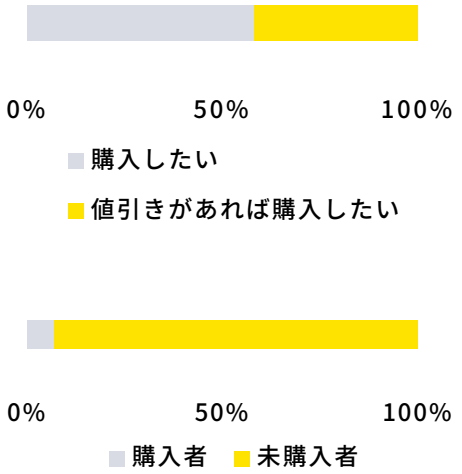
購買あり　購買なし

企画反応者デモグラ分析



男性　女性

アンケート回答×購買データ分析



スマートレシート

現代の市場において、顧客ロイヤリティの重要性はますます高まっています。

価格競争やコモディティ化が進む中で、消費者との感情的なつながりを築き、長期的な関係性を維持することが、企業にとっての競争優位性を確立する鍵となります。

また、消費者の購買行動や価値観の変化、サブスクやロイヤリティプログラムの普及、ESG対応の必要性といった現代的な課題に対応するためにも、顧客ロイヤリティを高める戦略的な取り組みが必要不可欠です。

企業はこれを深く理解し、顧客一人ひとりに寄り添った価値提供を行うことで、持続的な成長を実現することができるでしょう。

まずは、お気軽にご相談ください

お問い合わせはこちらから

