

「【CRM年鑑2009】よりケーススタディのダイジェスト版をご紹介します！
人気の“定額プラン”を武器に、
熱烈なファンの口コミによる普及を促進
～ 株式会社ウィルコム ～

企業の固定客づくりを促進するCRMは、昨今の顧客中心の市場で生き延びるために、また、世界的な不況を乗り切るためのカギとして注目を集めています。CRMはマーケティングの費用対効果を高めるためのみならず、顧客との信頼関係の中から革新へのヒントを得る手がかりとして、またメーカー・小売・顧客の共栄関係を構築する上でも、必ず貴社の発展に寄与するものと確信しております。

此度は(株)アイ・エム・プレスより現在販売中の【CRM年鑑2009】より厳選したケーススタディのダイジェスト版をご紹介します。本書にはCRM先進企業40社の実態が、具体的にレポートされています。ぜひ本書をご購読いただき、貴社の“CRM力”向上にお役立てください。

仕様：A4ハードカバー、モノクロ、318ページ
発行：2009年3月30日
定価：38,000円（税込み / 送料無料）
企画・編集・発行：(株)アイ・エム・プレス
本書のご案内：<http://www.im-press.jp/books/crm09.html>



< 株式会社ウィルコム >

国内で唯一のPHS通信サービス事業を展開する(株)ウィルコム。「未来のコミュニケーションを切り開く」というキーワードのもと、パケットデータ通信サービス「AIR-EDGE(エア・エッジ、旧 Air H)」やPDA機能を搭載した高機能携帯端末スマートフォン、定額プラン等を他の携帯電話通信事業会社に先駆けて導入。新規顧客の獲得には、同社の開拓精神に共鳴するユーザーの活発な口コミが大きく寄与する。同社の宣伝担当者の役割も果たしているウィルコムファンの顧客満足度をアップさせるため、他社とは一線を画するCRM活動を実践している。

CRMへの取り組みの背景 ～ 20代のユーザー増につながった定額プランの導入 ～

同社のユーザーは、もともとパケット通信サービス「Air H」やスマートフォンをいち早く導入したこともあり、社会人のユーザーが多いというイメージが強かった。しかし、この数年は大学生の契約数が大きく伸びている。現在は、30代・40代を中心とした社会人と大学生・高校生を中心とする25歳以下の若年層がほぼ半々となり、ユーザー層は大きく2分される。学生の伸びが顕著になった理由のひとつが、2005年5月に開始された音声通話定額制サービス「ウィルコム定額プラン」である。ウィルコムのPHSユーザー同士の通話ならすべて無料になるというもので、このプランが大学生を中心とした若年層に受け入れられた形だ。

定額プランの導入初期には、ケータイのユーザーが2台目として使用するケースが多かった。例えば20歳台前半の若者が、メイン機種としてはケータイを使い、夜間は友達や恋人同士でウィルコムของPHSで長時間通話するというパターンである。他にも定額プランを導入しているケータイ・キャリアはあったが、夜間は例外ということもあり、ケータイとPHSを時間により使い分けるケースが増加した。これはケータイとPHSの2台を所有し、それぞれに通信費がかかっても、結果的には総費用を低く抑えられる場合が多かったためだ。

一方、この1~2年で顕著なのが、大学やバイト先の友達同士やサークル仲間など、仲のいいグループで加入するパターンである。この背景には、サークルが同じ仲間同士のコミュニケーション手段として、PHSを利用するシーンが増加したことが挙げられる。かつてPHSは、利用できないエリアが多い、移動中に通話が途切れるなどの弱点が指摘されていた。しかし、サービスエリアの拡大に伴ない、2005年度には人口カバー率99%を達成。地下鉄や移動中の音声通話も可能になっている。また、2009年2月には、おサイフケータイ(ウィルコムICサービス)対応の機種も発売された。

現在、ケータイとPHSでは、その機能やサービスにほとんど差がなくなった。こうなると、完全定額プランを採用する同社の通信費用面での優位性が際立ってくる。友人や恋人同士や大学のサークル内での利用が増加した理由はここにあるといえるだろう。また、最近では2台目ケータイとしてではなく、PHSをメインで使うユーザーも増えてきている。

~ 新規顧客の獲得にはユーザーの口コミが大きく貢献 ~

同社で実施したアンケート調査によると、契約のきっかけは「口コミ」が多く、その比率はケータイ各社の約2倍であるという。「(ウィルコムを)ぜひ勧めたい」「やや勧めたい」を合わせると約半数を占め、紹介キャンペーンを実施した場合の成績でも、その効果はケータイ事業各社より大きくなっている。同社への加入理由として「口コミ」が多いのには、定額プランの存在が大きく影響している。これは定額プラン自体、ユーザーの口コミで自己増殖する側面があるからだ。ウィルコムのPHS同士でなくては無料にならないので、結果として推薦による加入や他社からの移行率が高くなる。・・・(以下続く)

本ケーススタディのさらなる情報は以下のサイトへ！
CRM 先進企業 40 社の実態が満載！
「アイ・エム・プレス」 Web サイトはこちら！
<http://www.im-press.jp/index.html>

インターネットが企業と生活者、そして企業と企業をつなぐ時代。従来からの競合の概念は大きく変化し、顧客主導型経営の重要性が叫ばれています。月刊『アイ・エム・プレス』では、このような“変革の時代”に勝ち残るための顧客づくりのヒントを、年間定期購読システムによりお届けしております。

< 株式会社アイ・エム・プレス >

代表取締役社長： 西村道子 / 設立： 1989年10月19日

業務内容： 出版、セミナー企画、調査、編集

〒113-0033 東京都文京区本郷2-3-6 聖台ビル5F

TEL：03-3815-8991 / FAX：03-3815-8957 / URL：<http://www.im-press.jp/>

< 本リリースに関する問い合わせ先 >

(株)アイ・エム・プレス 編集部 / 販売促進 までお気軽にお問い合わせください。

TEL / FAX / URL： 同上