



Chubu Marketing Association 2020

顧客 コミュニケーション 研究部会 (旧 CS向上実践研究部会)

「CS向上につながる
顧客コミュニケーション」

～顧客を惹きつけるための方策とは～

 中部マーケティング協会

www.cpc.or.jp

- | | | | |
|------|----------------------------|----------------------------------|------------------------|
| 第1例会 | 6月 | トランスコスモス(株) / (株)セールスフォース・ドットコム | |
| 第2例会 | 【延期】 6月 | メルセデス・ベンツ日本(株) | 2021年3月25日(木)予定 |
| 第3例会 | 9月 | 麒麟ビール(株) / WILLER(株) | |
| 第4例会 | 10月 | 日本電気(株) / 第一生命保険(株) | |
| 第5例会 | 【延期】 12月 | パナソニック(株) | 2021年3月17日(水)予定 |
| 第6例会 | 2021年 2月 | (株)グランディア芳泉 / シャープマーケティングジャパン(株) | |

2020年度

顧客コミュニケーション研究部会 (旧 CS向上実践研究部会)

総合テーマ

CS向上につながる顧客コミュニケーション ～顧客を惹きつけるための方策とは～

マルチデバイス・マルチチャネル化が進み、時代の変遷とともに消費者が「自ら情報を取りに行く」ことが容易になり、消費者と企業の関係性も変化しています。企業は消費者にどのようにして選ばれるのかを考える必要があり、企業から顧客へ提供するCX(顧客体験)が重要となっています。その顧客体験を形作る上で必要となるのが顧客とのコミュニケーションの設計であり、多様化するコミュニケーション手段を捉え、最適な関係性構築を果たしていくことで顧客満足度を向上させることができ、ひいてはブランド価値を高めることに繋がっていきます。当研究部会では、「顧客満足につながるコミュニケーションの最適手法」を探り企業価値を向上させることをテーマに、これからのコミュニケーション戦略に求められる要素や顧客満足度を創出する仕組みについて学びます。

中部マーケティング協会 会長 小笠原 剛
(株式会社三菱UFJ銀行 顧問)

幹事(順不同) 当研究会の企画・運営における中心的な役割をお願い申し上げます。

ワシントンホテル(株)	執行役員 総務 人事部 部長	井戸川 学氏
名古屋トヨペット(株)	取締役	藤川 正氏
ブラザーリビングサービス(株)	環境衛生 & 施設保全部 部長	松口 学氏
三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)	コンサルティング事業本部 名古屋ビジネスユニット 経営戦略部長	弘中 隆司氏
アイシン精機(株)	L & E 営業部 営業統括グループ 販売促進主査	武田 雄滋氏

▶第1回幹事会
2020年10月27日(火)
名古屋市内
▶第2回幹事会
2021年2月2日(火)
中部生産性本部
セミナールーム

第1例会

と き : 2020年6月5日(金) 15:00 ~ 18:30
と ころ : 名古屋国際ホテル **オンライン開催**

※終了しました

テーマ

時代の流れとともに変化する顧客コミュニケーション
～コミュニケーション設計が企業価値を左右する～

視点

トランスコスモス(株) 執行役員 カスタマーセントリック本部 本部長 デジタルエージェンシー本部担当役員 **真嶋 良和氏**

企業から顧客へ提供するCX(顧客体験)が企業価値を左右する時代となりました。顧客体験を形作る上で必要となるのが顧客とのコミュニケーションの設計です。そのコミュニケーション実現に向け、顧客体験価値向上を目的としたソリューションを数多く提供しているトランスコスモス社より、現在顧客が感じているコミュニケーションの実態と今後の方向性、事例についてご紹介いただきます。

テーマ

企業価値を向上させる顧客中心型CXと変化する顧客コミュニケーション(仮)

(株)セールスフォース・ドットコム エバンジェリスト/マスタービジネスコンサルタント **熊村 剛輔氏**

視点

マルチデバイス・マルチチャネル化が進み、企業と消費者の関係性も変化しています。誰もがすぐに様々な情報を得ることができる時代になったことで、商品やサービスの質に対する顧客の期待値も上がるなか、カスタマージャーニーを理解し、迅速かつシームレスな対応をすることが顧客満足度向上のカギとなります。企業と企業、企業と消費者が強固な関係を構築していくためのコミュニケーション施策について、セールスフォース・ドットコム社よりソリューション事例も含めてご紹介いただきます。

新型コロナウイルス感染拡大により開催延期(3/25(木)予定)

第2例会

と き : 2020年6月26日(金) 16:00 ~ 17:30
と ころ : Mercedes me 東京六本木 (東京都港区)

テーマ

車を売らないショールーム Mercedes me

メルセデス・ベンツ日本(株) **〈人選中〉**

視点

メルセデス・ベンツのブランドとプロダクト情報発信拠点である「メルセデス ミー」。車を売らないショールームとして2011年にオープンし、累計1,000万人以上のお客様が来場されているそのマーケティングについてご紹介いただきます。

【オプション14:30~16:00 Trial Cruise(試乗会)】

第3例会

と き：2020年9月3日(木) 14:00～17:00

と ころ：中部生産性本部 セミナールーム **オンライン開催**

※終了しました

テーマ

デジタルとリアルを繋ぐ麒麟のコミュニケーション活動

～全ては“濃い、継続的なブランド体験”のために～

麒麟ビール(株)

〈人選中〉

視点

麒麟ビールでは、工場、麒麟シティ、イベントなどリアルな接点に来場されるお客様へのアプローチ、お客様の量販店への送客と商品購入を促すデジタル施策の開発、更には「タップマルシェ」に代表される家庭用・業務用チャネルの融合といった各種施策を通じてデジタルとリアルを連携させた価値創造を行っています。デジタルのみではなく、リアルのみでもなく、両面でシームレスにお客様とつながり、継続的なブランド体験をしてもらうためのコミュニケーション活動についてご紹介いただきます。

テーマ

売上と体験価値を向上させるためのWILLERの取り組み

～リアルな顧客体験を主軸にしたデジタル活用～

WILLER(株)

E-Commerce Department マネージャー

福島 絵里子 氏

視点

移動ソリューションを提供するWILLERは、高速バス事業、鉄道事業、MaaS(Mobility as a service)事業や、年間約405万人(※2019年12月時点)が利用する移動ポータルサイトを運営しています。サイトでは、日本全国の高速バス、フェリー、タクシー、鉄道、ホテルやそれらを含むツアーを予約・決済することができ、既存顧客との関係性維持のためのマーケティング戦略、コミュニケーション活動にも注力しています。実際にWILLERのサービスを利用した際のリアルな顧客体験を主軸としつつ、そこにカスタマージャーニーに合わせたIoTメッセージ配信や動画/SNSを活用したマーケティングを織り込み、顧客の体験価値・満足度を向上させる取り組みについてご紹介いただきます。

第4例会

と き：2020年10月27日(火) 14:00～17:00

と ころ：中部生産性本部・セミナールーム & オンライン開催

テーマ

お客様と絆を深めるAI活用、未来を変えるCustomer Experience!の実践

～NEC Customer Experience Solutionsの実践事例から学ぶ～

日本電気(株)

AI・アナリティクス事業部 主席事業主幹

佐藤 優理 氏

視点

AIやIoTなどデジタル技術革新により、マーケティングにおいても多様な戦略を採ることができる時代となっています。デジタル化、顧客体験価値を突き詰めたプラットフォーム主導の産業構造になりつつある現在を事例から考察します。考察をふまえ、NEC保有のNEC Customer Experience SolutionsおよびIoT/AIを活用した実践事例についてご紹介いただきます。

テーマ

顧客接点におけるAI活用 ～AIは人の仕事を奪うものなのか?～

第一生命保険(株)

コンタクトセンター統括部 部長

荒木 貴幸 氏

視点

第一生命保険はお客様との直接的な接点であるコンタクトセンターでのコミュニケーションと顧客体験が企業価値の向上に貢献すると考え、AIを導入しこれまでの顧客体験を改善、向上させる取り組みを行いました。リアルなコミュニケーションとデジタル技術を活用したソリューションを組み合わせることで生産性向上、企業価値向上に繋げるための取り組みについてご紹介いただきます。

新型コロナウイルス感染拡大により開催延期(3/17(水)予定)

第5例会

と き：2020年12月10日(木) 14:00～17:00

と ころ：パナソニックミュージアム (大阪府門真市)

テーマ

経営理念を未来に紡ぐコミュニケーション(仮)

パナソニック(株)

ブランドコミュニケーション本部歴史文化コミュニケーション室パナソニックミュージアム 館長

山田 昌子 氏

視点

パナソニックの創業者 松下幸之助は「事業を通じて社会に貢献する」という経営理念のもと、経営を実践してきました。そして、その事業活動を営む中で社内外を問わず、コミュニケーションを非常に大切にしていました。松下幸之助がコミュニケーションをどのように考え、実践してきたのか?経営理念をどのように浸透させてきたのか?パナソニックミュージアムを訪問し、施設の展示案内も交えながら松下幸之助が実践してきたコミュニケーションの実例、さらに経営理念をどのように未来に紡いでいこうとしているのかをご紹介します。

第6例会

と き：2021年2月2日(火) 14:00～17:00

と ころ：中部生産性本部 セミナールーム

テーマ

従業員と顧客の接点を生み出すための生産性向上 ～全てはESとCSのために～

(株)グランドディア芳泉

代表取締役専務

山口 賢司 氏

視点

福井県あわら温泉のグランドディア芳泉はサービス業特有の事情にメスを入れ、業務の見える化、IT化などを図り生産性向上を実現、その成果により接客時間を確保しお客様への質の高いサービスの提供を通じた顧客満足度向上と、働き方改革を通じた従業員満足度向上を達成しました。生産性向上を図ることで見えてくるものは何か、お客様の満足と従業員の満足を両立させることの重要性とその取り組みについてご紹介いただきます。

テーマ

SNSで未来の顧客をつくる ～@SHARP_JP、“中の人”が語るこれからの企業コミュニケーションとは～

シャープマーケティングジャパン(株)

マーケティング統轄部 デジタルマーケティング部

〈人選中〉

視点

顧客との接点が従来に比べて多様化しているからこそ企業の想いが生活者に伝わりにくい時代となりました。企業がユーザーのファン化のために試行錯誤を繰り返す中で、シャープはSNS、特にTwitterで様々な生活者と積極的なコミュニケーションを行い、企業と生活者の関係性を近いものにしようと取り組んでいます。ファンベースをつくり、顧客満足度を上げるために、これからの企業コミュニケーションに何が必要かご紹介いただきます。

開催要領

～2021年 3月25日(木)

定例会6回

参加対象

CS推進部門、販促・マーケティング部門、お客様関連部門、経営企画関連部門責任者・担当者

運営方法

- ①新型コロナウイルスの感染拡大状況、講師の都合などの事情により、日程・時間・内容並びに開催形態の変更、参加の制限をさせていただく場合がございます。
- ②各例会は登録法人によるメンバー制で運営をいたします。(1口1名登録。代理参加可)※例会毎の申込はお断りしています。
- ③各例会、行程表/集合方法も含めて詳細案内を開催40日ほど前に事務局よりご連絡いたします。(出欠確認をとりますので必ずご返信ください)
- ④各例会とも指定いたしました集合場所へ各自でご集合ください。なお、オンライン参加の方には開催日前までに視聴URLをメール送信いたします。視聴の際はあらかじめ、Zoomアプリをインストールのうえご参加ください。Zoomアプリのインストールが制限されている場合、Webブラウザからもご参加いただけますが、一部機能が制限されます。※Webカメラ、マイクは必要ございません。
- ⑤当研究会の登録メンバー特典といたしまして、以下の講座へ特別参加費で参加できます。
詳細は個別案内にて開催40日ほど前にご案内申し上げます。(内容は事務局までお問い合わせください)

プロセスイノベーションセミナー
ビジネスパーソンのためのスキルアップセミナー

- ⑥年間の運営ガイダンスは第1例会実施の際に行います。
- ⑦各例会とも撮影・録画・録音、またそれらデータのホームページ・ブログ・SNS等、インターネット上へのアップロードはお断りいたします。
- ⑧講師の都合により、同業者の方々のご参加をお断りする場合がありますのでご了承願います。その際には他の例会に人数追加でご参加いただくなど配慮させていただきます。

年間登録費

※残り例会数で按分いたします。ex.第5例会以降 24,200円(中部マーケティング協会会員価格)

尚、特定例会のみのお申込みはいたしかねます。

中部マーケティング協会会員…………… 72,600円(消費税10%・資料代含む 2名分)
一 般…………… 105,600円(//)

※見学前が遠隔地で公共交通機関の利用が難しい場合には専用バスなどを手配しますので、その料金の一部をご負担いただく場合があります。

- ①年間登録費のお支払いにつきましては、お申込み受付後請求書をご送付いたしますので、請求書に記載の振込期日までに指定銀行へお振り込み願います。なお、お支払いの際に発生します **銀行へ支払う振込手数料については、お客様側にてご負担願います。**

振込先

口座名義:中部マーケティング協会

振込先銀行・口座番号(順不同)

三菱UFJ銀行 鶴舞支店	普通 No.1602925	名古屋銀行 上前津支店	当座 No.3116159
愛知銀行 本店	当座 No. 2660	りそな銀行 名古屋支店	当座 No. 494083
中京銀行 本店	当座 No. 112446	東海労働金庫 本店	普通 No.7545714

申込締切

2020年5月29日(金) 15:00(遅れる場合はあらかじめご連絡ください)

基本運営パターン

講演会		現場研修会	
14:00~15:20	テーマ講演①	14:00~15:00	テーマ講演
15:40~17:00	テーマ講演②	15:15~16:15	見学会
		16:15~16:30	質疑応答

内容充実のためのオプションメニューを随時設定いたします。その際飲食及び宿泊等伴う場合の実費は参加者各自のご負担となります点予めご了承ください。なお、その内容は例会通知にて事前案内をいたします。

※個人情報の取扱いについて

- 1.参加申込みによりご提供いただいた個人情報は、当協会の個人情報保護方針に基づき、安全に管理し、保護の徹底に努めます。なお、当協会個人情報保護方針の内容については、当協会ホームページ(<https://www.cpc.or.jp>)をご参照願います。参加されるご本人、ご連絡担当者の皆様におかれましては、内容をご確認、ご理解の上、お申込みいただきますようお願いいたします。
- 2.お申込みをいただいた方へは各種セミナーのご案内をお送りする場合がございます。
- 3.個人情報の開示、訂正、削除については、以下の窓口までお問い合わせください。
- 4.本案内記載事項の無断転載をお断りします。 個人情報に関するお問い合わせ窓口 担当 齋藤・岩本 TEL(052)221-1261

お申込み・
お問い合わせ先

中部マーケティング協会 担当/夏秋光伸・古池政裕・中川欣契・高橋利昌
〒460-0003 名古屋市中区錦2-15-15 豊島ビル11階(中部生産性本部内)
TEL(052)221-1261 FAX(052)221-1265 <https://www.cpc.or.jp>

FAX (052)221-1265

中部マーケティング協会 行

〒460-0003 名古屋市中区錦2-15-15

豊島ビル11階 TEL:052-221-1261

マネジャークラブ

デジタルイノベーション研究部会

ビジネストレンド研究部会

経営戦略研究部会

顧客コミュニケーション研究部会

商品企画研究部会

営業戦略研究部会

中部マーケティング協会 ホームページからもお申込みいただけます!

中部マーケティング協会

検索

2020年度 顧客コミュニケーション研究部会 登録申込書

下記の通り申込みをいたします。(昨年度ご登録済みの場合は申込書の送付は不要です。)

なおメールアドレスは必ずご記入ください。

2020年 月 日

フリガナ			
組織名			
第1登録者	氏名	フリガナ	所属部署 役職名
	会社住所	〒	TEL () -
			FAX () -
	E-mail		
第2登録者	氏名	フリガナ	所属部署 役職名
	会社住所	〒	TEL () -
			FAX () -
	E-mail		
<input type="checkbox"/> 請求書不要 [(振込予定日) 月 日 ()] <input type="checkbox"/> 受取り請求書にて振込 ※上記いずれかに✓をおつけください			
請求書は第1登録者本人宛に送付いたします。			

〈備考〉

24,200円・35,200円 × = 円 (税込) 2例会分
 36,300円・52,800円 × = 円 (税込) 3例会分
 48,400円・70,400円 × = 円 (税込) 4例会分

2020

Chubu Marketing Association ●●●●●●●●
中部マーケティング協会 研究部会メニュー紹介

マネジャークラブ

次代を担うマネジャー

～熱意・情報・能力・ネットワーク～

各業界で活躍されるビジネスリーダーをお招きし、次代を担うマネジャーの能力の向上を目的に、新たなビジネス創出の足掛かりと相互研鑽の場として開催（最新情報、マネジメントスキル、発想力、異業種交流の実現）

顧客コミュニケーション

研究部会

CS向上につながる顧客コミュニケーション

～顧客を惹きつけるための方策とは～

顧客満足度を向上させる第一歩である顧客とのコミュニケーションのあり方や、顧客感動を創出する仕組み、新たな顧客体験価値の創造への取り組みを中心に情報提供する。(コミュニケーション戦略、CS・ES、ブランディング)

デジタルイノベーション

研究部会

イノベーションに必要なデジタル活用

～DX時代のマーケティングはどうあるべきか～

情報化社会の更なる発展の中で、最先端デジタル技術を活用したソリューション、マーケティングについて探求。(DX、AI・IoT活用、5G)

商品企画

研究部会

生活者のココロを動かす商品企画

～価値創造とイノベーションの着眼点～

ヒット商品、ロングセラー商品の企画・開発プロセス、マーケティング戦略を価値創造の視点から探求。全例会視察会形式にて運営。
(着眼点、コンセプトメイク、マーケティング戦略)

ビジネストレンド

研究部会

現代のなかに未来を観る

～市場は変わる・顧客と共に～

現代を象徴する様々なビジネストレンドをマクロ・ミクロの両面から探求しつつ、新サービス、新産業、新技術の現状を現地現物主義で考察する。
(時代背景、トレンド発生の裏側、業界の潮流)

営業戦略

研究部会

強い営業組織となるために

～組織で取り組む営業力強化～

自社の営業パーソン育成・強い営業部隊作りに向け、各企業の取り組みを情報提供するとともに営業マインドの醸成を図る。(営業戦略構築、営業力強化、営業マインド醸成)

経営戦略

研究部会

新たな企業価値創造への実践

～厳しい時代を勝ち抜く企業経営のあり方～

次代を創造する経営戦略を事業創造の視点から、経営マインドの醸成とともにそのプロセス、背景について企業経営者より伺う。
(理念、戦略、戦術)

中部マーケティング協会

〒460-0003 名古屋市中区錦 2-15-15 豊島ビル 11 階

T E L : 052-221-1261

F A X : 052-221-1265

U R L : <https://www.cpc.or.jp>

E-mail : mg_info@cpc.or.jp



 中部マーケティング協会 公式アカウント
@chubumarketingassociation