



肉フェス来場者約 100 万人を対象に NPS®調査を実施！

wizpra NPS 導入決定！お客様・出店者により満足いただける運営を目指して

日本最大級のフードイベント「肉フェス」を運営する AATJ 株式会社（東京都港区、代表取締役：杉崎 健二、以下「AATJ」）は、株式会社 wizpra（本社：東京都新宿区、代表取締役：今西 良光、以下「wizpra」）が開発する、顧客体験をマネジメントするクラウドサービス「wizpra NPS」を導入し、来場者・出店者により満足いただけるよう、下記の通り取り組みを開始いたしましたのでお知らせします。

継続的な顧客体験の向上を目指して

AATJ は「肉フェス TOKYO 2015 春 (<http://nikufes.jp/>)」の来場者（予想集客数：100 万人）を対象に、NPS®（ネットプロモータースコア）* という指標を計測することで、顧客ロイヤルティ（肉フェスへの愛着・共感している度合い）を数値化する。来場者の声をリアルタイムで AATJ が把握することができるため、開催期間中でのサービス改善も可能だ。「肉フェス」は現在、年に 2 回開催されており、今後それぞれのイベントで継続的に wizpra NPS を活用することにより、NPS®が向上するかどうかをモニターしていく予定。

リピート出店者の増加施策

今回は NPS[®]調査を、来場者だけでなく出店者に対しても実施する。従来の満足度調査と異なり、NPS[®]は BtoB 分野においても北米を中心に普及している。AATJ も出店者が参加したいと思えるイベントを運営することで、出店リピート率を向上させ、「肉フェス」をより盛り上げようと考えている。

スポンサー企業の誘致といった活用方法も

wizpra NPS の大きな特徴は「ロイヤルカスタマー（肉フェスへの愛着・共感している度合いが高い顧客）」を詳細に分析できる点である。今回の取り組みを通して、「肉フェス」への愛着度が高い顧客像を割りだし、今後そういった顧客をどのように増やしていくのかを検討する。また、ロイヤルティが高い顧客像を把握することにより、顧客にあったスポンサー企業を誘致するデータを蓄積することが可能となる。

* NPS[®]（ネットプロモータースコア）とは

正味推奨者比率。顧客の商品・サービスに対する推奨度を計測し、顧客ロイヤルティマネジメントを行うためのベースとなる指標。NPS[®]は Bain&Company、Fred Reichheld、SatmetrixSystems の登録商標です。

株式会社 wizpra (<https://www.wizpra.com>)

顧客体験をマネジメントするクラウドサービス「wizpra NPS」を開発。豊富なデータやノウハウをもとに、NPS[®]の最適な活用方法から、日々のサービス向上につながるアクション提案まで、wizpra は収益向上に貢献するビジネスパートナーとして、顧客体験を最大化いたします。

本件に関するお問い合わせ

株式会社 wizpra

MAIL：info@wizpra.com

TEL：03-6265-9873（担当：須藤）