

## 女性向けアパレルブランド「ロペピクニック」を展開する 株式会社ジュンが顧客ロイヤルティ向上を目的として、 wizpraの顧客体験マネジメント（CXM）支援サービスを導入

株式会社 wizpra（ウィズプラ）（本社：東京都中央区、代表取締役：今西良光）は、平成28年2月に販売パートナー契約を締結した株式会社トランス（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：細田和明）との協業により、この度、株式会社ジュン（本社：東京都港区、代表取締役社長：佐々木進）がこの度、顧客ロイヤルティの向上を目的としてwizpraが開発する「顧客体験マネジメント支援サービス」を導入したことを、お知らせします。

### ■導入に至った経緯

少子高齢化の影響を受け、近年アパレル業界全体の売上やブランド数は減少傾向となっており、開発が進む大型ショッピングセンターにおいては一層ブランド間競争が激化しています。そのため、各ブランドにとっては、長期にわたって自社ブランドを利用する「ファン」と呼べるようなロイヤルティの高い顧客を生み出すことの重要性が高まっています。女性向けアパレルブランドの「ロペピクニック」を展開する株式会社ジュンは、こうした問題意識に加え、顧客の声を把握することが従業員にとってもやりがいに繋がることへの期待から、wizpraの導入を決定しました。

### ■顧客視点で「真実の瞬間」を見つけ、長期的な関係を築く

ファンを増やすためには、企業視点での短期的な売上向上施策ではなく、「顧客から見た企業」を理解・改善するための施策が重要です。ロペピクニック事業部では推奨意向といった顧客の感情データを計測することで、ウェブやTV・雑誌によるブランド認知から購入後のカスタマーサポートまでの一連の体験を顧客視点から見直し、ロイヤルティが生み出される顧客接点、所謂「真実の瞬間」を探ります。

### ■継続的かつ高度な施策展開

顧客との長期的な関係を構築するにあたっては、一時的な顧客調査や分析を行うだけでなく、継続的に顧客の状態を把握し、ロイヤルティ向上のための改善施策を継続的に実施する必要があります。ロペピクニック事業部はwizpraのクラウドシステムを活用することで定期的に顧客の声を把握し、またwizpra独自のデータ解析技術・分析フレームにより導かれた結果により、重要な顧客接点に絞った改善を実行できます。

NPS® はBain&Company、Fred Reichheld、SatmetrixSystems の登録商標です。

本件に関するお問い合わせ

株式会社wizpra 広報 須藤勇人 03-6869-6865/h.sudo@wizpra.com