

顧客の声を聞いて施策精度を上げたいというニーズ

多様化する価値観 若者の〇〇離れ

ワークライフバランスの重視や、
ダイバーシティ&インクルージョンの取り組み。

また、若者のクルマ離れやテレビ離れ、
お酒離れ、活字離れなど
過去に主流だった行動から離れていく
若者のトレンドも。

潜在顧客はどういう価値観を
持っているのか理解したい。

コロナ禍での 劇的なチャネルシフト

コロナ禍でリアルでの活動が制限される中で
多くの活動がオンラインにシフト。

一方で最近ではアフターコロナの揺り戻しで
リアル回帰を敢えて志向する施策も
多数見られるようになってきた。

既存顧客にはどんな変化があるのか、
何を求めているのかを確認したい。

クッキー廃止による Webマーケティング精度の低下

AppleのSafariに続いて
2024年1月からGoogleのChromeでも
サードパーティクッキーの段階的廃止が開始。

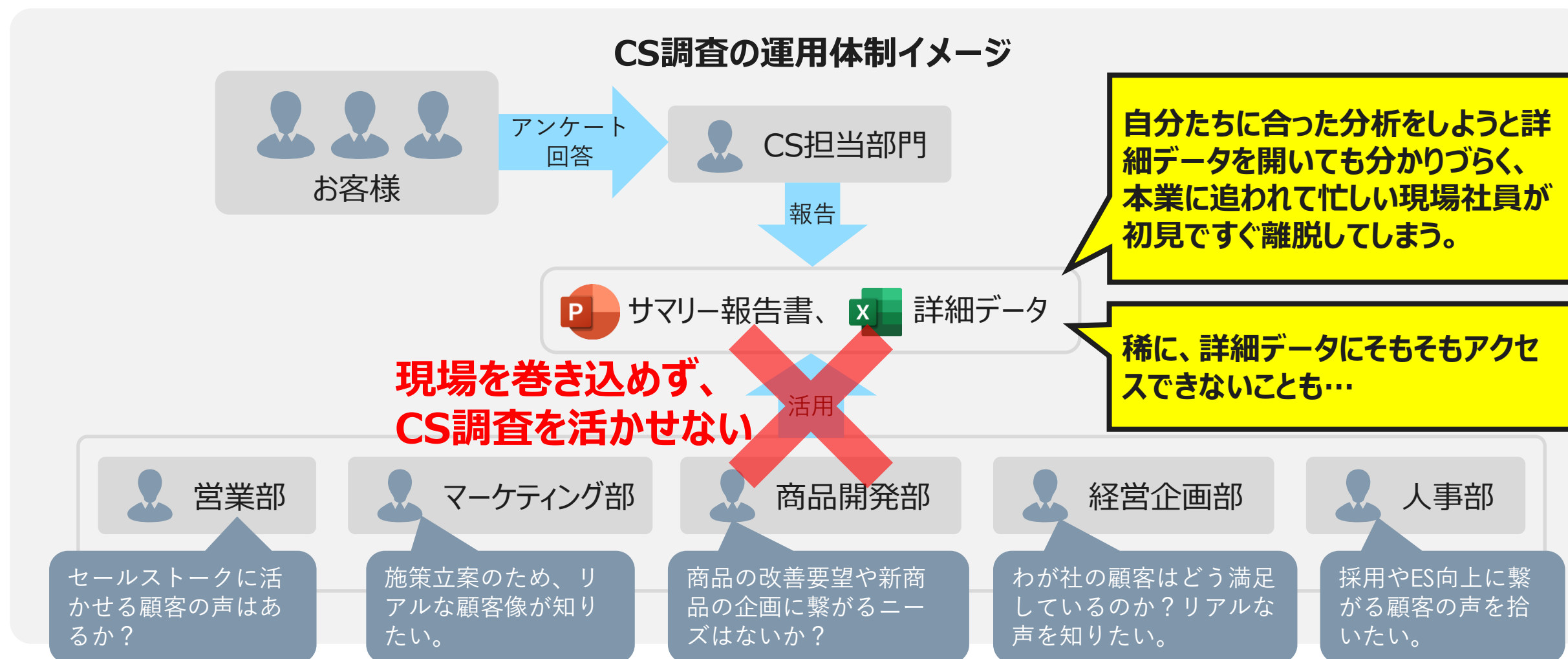
Webマーケティングでの安易なターゲティングや
顧客データの取得ができなくなるように。

マーケティング施策の企画のための
拠り所が欲しい。

マーケティング現場における環境変化を受けて、
顧客の声を活かして施策精度を上げたいという要望が増えてきた。

CS調査のよくある問題

現場の部門ごとに、顧客の声をどう分析してどう活用したいかの観点は異なるため、担当部門からの画一的な報告では、自分たちの業務に活かすきれないという問題が起こる。



CS調査のよくある問題

現場の部門
担当部門

パワーの報告書は、自分の見たい観点で見られない。

今すぐ欲しいのに、Excelは分かりづらくて自分が探したいものを探せない。時間もないし、使うのを断念しよう…。



現場

この問題をどう解決するか？

起こる。

しようと詳
りづらく、
現場社員が
う。

そもアクセ

人事部

セールストークに活
かせる顧客の声はあ
るか？

施策立案のため、リ
アルな顧客像が知り
たい。

商品の改善要望や新商
品の企画に繋がるニー
ズはないか？

わが社の顧客はどう満足
しているのか？リアルな
声を知りたい。

採用やES向上に繋
がる顧客の声拾
いたい。