

# OB客ロイヤリティ研究

——もう「あれやこれや」の販促策では通用しません——

あなたのお客様は誰ですか？  
どんなお客様に、どんな住まいを提供したいのですか？  
そのことは明確ですか？  
すべての社員、すべての職人が理解していますか？  
そのことは確実に実践されていますか？

もう自然素材、健康住宅、省エネ住宅だけでは差別化にはなりません。  
それらは、お客様の選択の土俵に上がる最低条件です。  
このようなことさえできていない住宅会社は、市場からレッドカードです。  
どんどん退場させられています。

あなたの会社には、これらの最低条件のほかに  
どのような「らしさ」がありますか？  
それは、お客様にはっきりと認知されていますか？  
その「らしさ」が、あなたの会社を選んでいただいた理由の中心になっていますか？  
どれくらいのウェイトを占めていますか？  
それを確認したことはありますか？  
お客様から「なぜ住宅をつくっているのですか」と質問されたら、  
どのように答えますか？

OB客ロイヤリティ研究は、まず、これらの疑問から始まります。  
これまでの顧客が我が社をどのように評価してくれているのか、そのことを確認  
することなく「あれやこれや」の販促策を展開するのはやめましょう。もう、あれ  
やこれや試行錯誤させてくれるほど、これからの世の中は甘くありません。お  
客様の貴社に対する客観的評価をはっきりと確認したうえで、まさに戦略的に  
事業を展開することです。

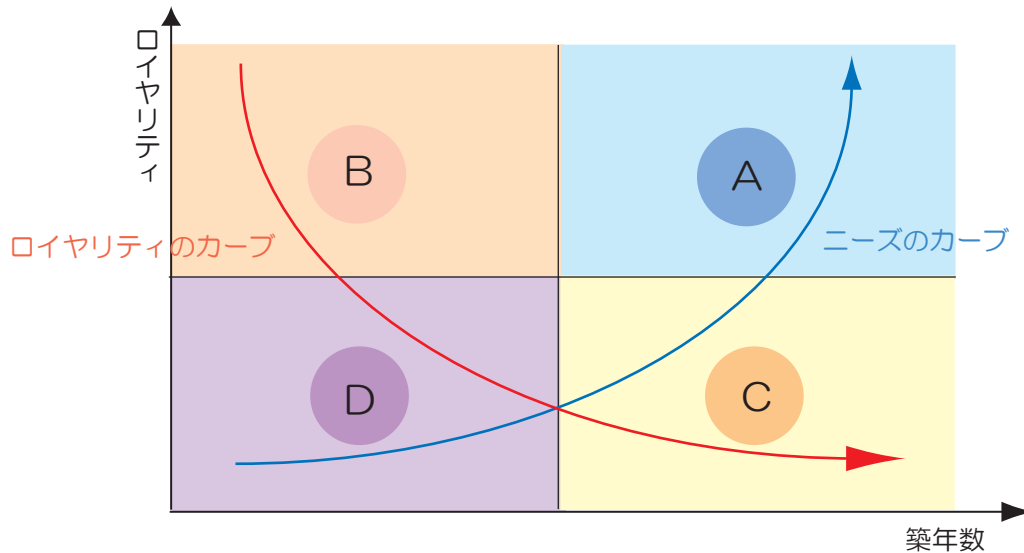
ぜひご一緒に、何十年、何百年先につながる「らしさ」づくりを考えましょう。

## 顧客の「ロイヤリティ調査」からのスタートです。

あなたのこれまでのお客様は、今でも貴方のお客様ですか？

いま、あなたの商圈の中に、あなたの「らしさ」を理解してほしいお客様がどれだけいるのか。それを具体的に知るには、膨大な費用がかかります。それよりも、実際にあなたの会社で建てられたお客様が、なぜあなたの会社で建てたのか、建てたときの満足度は今でもずっと持続しているのか、何か問題は潜んでいないか、潜んでいるとすればどんな問題なのか——これらを明確にすれば、あなたの今後の課題が具体的に見えてきます。

下の図は、築年数とあなたの会社へのロイヤリティ(帰属意識)の関係についての仮説です。



あなたの会社が1000件のOB顧客を持っていたとします。現在、その1000件のOB客は上のABCDのどのゾーンに分布するのでしょうか。築年数が経過してもロイヤリティの高いAのゾーンの顧客がどれだけいるのでしょうか。逆にCのゾーンはどれだけいるのでしょうか。このCゾーンが多いと、あなたの会社の将来はあやしくなります。Bが多いのは当たり前です。BがA、Cどちらに変化していくのか、どのような理由でそうなるのか。これは時系列で見なければわかりません。国勢調査や消費実態調査が5年毎、3年毎に行われるのはそのためです。

- OB客ロイヤリティ研究では、まずこの【OB客ロイヤリティ調査】を行います。
- その分析結果に基づいて、自社の改善計画をボトムアップで作成、実践していきます。なぜボトムアップなのか？それはお客様に貴社を伝える最終接点が現場だからです。

## 展開概要

### STEP1. OB客ロイヤリティ調査

- ・最初に、かならず実施します。原則として、すべてのOB客を対象とします。
- ・調査結果の報告・検討会を開催します。

### STEP2. 改善計画立案～実践

- ・STEP1. OB客ロイヤリティ調査と検討会の結果をベースに、改善計画立案のお手伝いをします。
- ・計画を確実に実践するための研修やマニュアル制作、ツール制作をお手伝いします。

### STEP3. 効果の測定(定期的なロイヤリティ調査)

- ・STEP2. 計画～実践がもたらした効果を、定期的なロイヤリティ調査によって確認します(5年に1回)。

### OPTION ウィークポイント補強集中プログラム

- ・調査結果からウィークポイント(弱点)と判断されるセクションやフェーズの改善プログラムをご提案。
- ・モデルハウス・ショールームでの対応力アップ作戦、営業・販促企画力アップ作戦 など。
- ・調査結果に基づいた計画立案、研修、実践指導をお手伝い。原則として6ヶ月以内の集中プログラムです。

# 「OB客ロイヤリティ調査」実施に関する注意事項

## ■実施費用

### ①OB客ロイヤリティ調査費用(必須)

Aタイプ	OB顧客が1,000件未満の会社	70万円
Bタイプ	OB顧客が1,000件以上2,500件未満の会社	100万円
Cタイプ	OB顧客が2,500件以上の会社	120万円

※上記調査費用には、企画、実査、集計・分析、報告書作成費用が含まれます。  
※上記費用のほか、調査票等印刷費、送料、粗品等の実費が別途必要です。

### ②全社報告・検討会実施費用(オプション) 15万円

※全社員を対象に調査結果を詳細に報告、課題の共有を図ります。