
【CRM年鑑2009】よりケーススタディのダイジェスト版をご紹介します！
ライフスタイル・マーケティングにより、“乗る機会と楽しみ”を提供
～ ハーレーダビッドソン ジャパン株式会社 ～

企業の固定客づくりを促進するCRMは、昨今の顧客中心の市場で生き延びるために、また、世界的な不況を乗り切るためのカギとして注目を集めています。CRMはマーケティングの費用対効果を高めるためのみならず、顧客との信頼関係の中から革新へのヒントを得る手がかりとして、またメーカー・小売・顧客の共栄関係を構築する上でも、必ず貴社の発展に寄与するものと確信しております。

此度は(株)アイ・エム・プレスより現在販売中の【CRM年鑑2009】より厳選したケーススタディのダイジェスト版をご紹介します。本書にはCRM先進企業40社の実態が、具体的にレポートされています。ぜひ本書をご購読いただき、貴社の“CRM力”向上にお役立てください。



仕様： A4ハードカバー、モノクロ、318ページ
発行： 2009年3月30日
定価： 38,000円 (税込み / 送料無料)
企画・編集・発行： (株)アイ・エム・プレス
本書のご案内： <http://www.im-press.jp/books/crm09.html>

< ハーレーダビッドソン ジャパン株式会社 >

米国ハーレーダビッドソン社の日本法人であるハーレーダビッドソン ジャパン(株)では、1989年の設立以来、「ハーレー(ハーレーダビッドソン:H-D)」の日本国内におけるマーケティング、セールスを展開。“ライフスタイル・マーケティング”という方針の下、“乗る楽しみ”を提供するとともにサポート体制の充実化を図ることで顧客満足度の向上を図ってきた。“ハーレーのある暮らし”に満足するオーナーを増やせば、口コミ効果などによって、その周辺に潜在ユーザーが拡大し新規需要につながると考え、今後も正規販売網を通じてユーザー・サポートの強化、顧客満足度の向上を図っていく意図だ。

CRMへの取り組みの背景

～ “ハーレーのあるライフスタイル”を文化として定着させ恒常的なニーズを創出～

同社がCRMを展開する目的は、端的に言えばハーレーに対するニーズの喚起である。

広大な国土を持つ米国ならまだしも、日本では大型バイクに対して輸送手段としての実用的ニーズは基本的に存在しない。従って、ハーレーのニーズは趣味や楽しみ、レジャーといった分野にあるわけだが、購入後、何のフォローも行わなければ、ユーザーのハーレーに対する興味度が徐々に薄れ、最終的にはガレージに放置されてしまうというケースも考えられる。そこで同社では、ユーザーと継続的な関係を構築し、数多くの“楽しみ”を提供。多くのユーザーに楽しんでもらうことによって、“ハーレーのあるライフスタイル”

を文化として定着させ、恒常的なニーズを創出することを目論んだのである。

なお、同社が提唱するライフスタイル・マーケティングでは、 出会う、 乗る、 創る、 装う、 知る、 選ぶ、 愛でる、 競う、 海外交流、 満足の10項目を、ハーレーを通じて提供する「心の10の楽しみ」として提示し、毎年発行する「LIFESTYLE BOOK」などで訴求している。

CRM施策の現況

～見込客データベースを販売店と共有～

同社におけるCRMの展開は、見込客の段階から開始される。同社では、毎年1～5月にかけて全国12の主要都市で「アメリカンワールドフェスタ」という名称の大商談・展示・試乗会を実施。さらに夏から秋にかけても、地域毎に販売店が合同で主催し同社がサポートするかたちで「ファミリーEXPO」という名称の商談・展示・試乗会を開催している。また、同じく販売店の主催で、例えば二輪車免許も扱っている自動車教習所などを会場とした試乗会である「ハーレートライディング」も随時行っており、これらを、ハーレーに興味がありながら実際に運転する機会のない見込客に、ハーレーを体験してもらう絶好のチャンスと位置付けている。特に大規模な試乗会では、カタログ請求者に対するダイレクトメールのほか、雑誌広告、地域メディアへの情報提供などにより、多くの参加者を動員。これらの参加者データはすべてデータベース化して、エリアごとの販売店と共有している。各販売店はこのデータベースを基に見込客にアプローチ、商談の進捗状況を入力。一方同社では、この情報に基づき、随時、販売店に適切なアドバイスを行っている。

なお、データベースの運営においては、セキュリティ管理を徹底しており、例えば、各販売店の端末では担当スタッフの指紋を登録し、アクセスに当たっては指紋認証を行うかたちとしている。・・・(以下続く)

本ケーススタディのさらなる情報は以下のサイトへ！
CRM 先進企業 40 社の実態が満載！
「アイ・エム・プレス」 Web サイトはこちら！

<http://www.im-press.jp/index.html>

インターネットが企業と生活者、そして企業と企業をつなぐ時代。従来からの競合の概念は大きく変化し、顧客主導型経営の重要性が叫ばれています。月刊『アイ・エム・プレス』では、このような“変革の時代”に勝ち残るための顧客づくりのヒントを、年間定期購読システムによりお届けしております。

< 株式会社アイ・エム・プレス >

代表取締役社長： 西村道子 / 設立： 1989年10月19日

業務内容： 出版、セミナー企画、調査、編集

〒113-0033 東京都文京区本郷 2-3-6 聖台ビル 5F

TEL：03-3815-8991 / FAX：03-3815-8957

URL：<http://www.im-press.jp/>

< 本リリースに関する問い合わせ先 >

(株)アイ・エム・プレス 編集部 / 販売促進 までお気軽にお問い合わせください。