

Customer Experience Design

顧客関係性づくりによるお客さま価値の創造

市場では、低価格競争が激化している中で、多くのサービスや商品が同質化し、より価格の安いものが選択されるコモディティ化に拍車がかかっている。一方、お客様は、基本的な便益が満たされている中で、感動、心地良さ、独特な雰囲気など、商品の機能性や利便性を超えた高い次元の価値創造を求めている。

日常的な顧客関係性づくりによって、多様なお客様期待を取り込み、お客様基点で経験価値を可視化する。その結果、市場のとらえ方が、定量的な外形属性から経験、期待の内的定性特性に変わる。また、お客様のとらえ方が、企業、事業所単位から価値創造に関わる多様なクラスター（企業群）に変わる。そして、顧客関係性づくりとお客さま価値の創造、提供を一連の機能として組み立て、職能としてのマーケティングではなく、全社的なコーポレートマーケティングを展開することが求められている。

お客様経験価値を可視化するためには、日常の“顧客関係性づくり”の取り組みが不可欠なものとなる。

