

【顧客アンケート】

（いまの内容で大丈夫？）

本当に活用できる

アンケート

の設計とは？



DIRECT HOLDINGS

▶ 目次

- はじめに
- ① CRM とは？
- ② アンケートが有効な理由
- ③ 双方向コミュニケーションが重要な理由
- ④ アンケートで何を質問するか
- ⑤ アンケート結果の具体的な活用方法
- おわりに

▶ はじめに

近年、企業や組織がビジネスの成果を最大化し、お客様との関係を深めるために **CRM（Customer Relationship Management）** が注目を集めています。CRM は顧客との絶え間ないつながりを通じて、 **販売促進やサービス向上** を図る重要な手段となっています。しかし、CRM を活用する上で多くの企業が直面するのが、 **どのようにして効果的に情報を収集し、顧客とのコミュニケーションを築いていくか** です。その中で、 **アンケートは非常に有力なツールとなります**。なぜなら、アンケートは企業が顧客のニーズを正確に把握し、サービスや製品の向上につなげる手段となるからです。

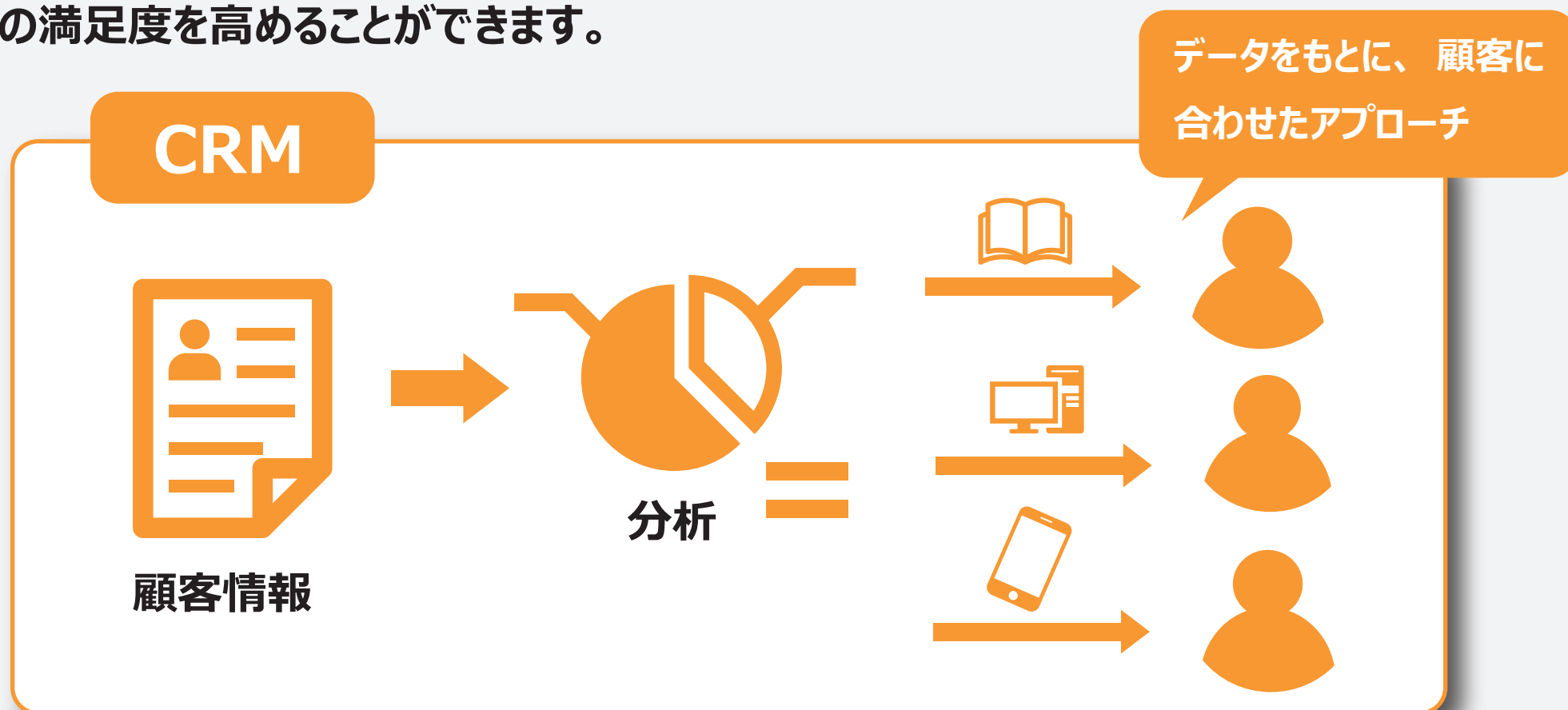


▶ 1. CRM とは？

そもそも CRM（Customer Relationship Management）とは、**顧客との関係を強化し、顧客の満足度やロイヤルティを向上させるための戦略的な手法やシステムのことを指します。**



顧客との関係が強化されることで、**顧客は企業やブランドにより強く結びつき、ロイヤリティが向上します。**例えば、個別の購買履歴や行動データを元にターゲティング広告を展開することで、顧客にとって関心のある情報を的確に提供できます。また、定期的なメールマガジンや特典の提供など、**顧客に対して特別な扱いをすることで顧客の満足度を高めることができます。**



総じて、**CRM 活動は顧客との強固な関係構築に寄与し、顧客の忠誠心を高めることでビジネス成果に大きく貢献します。** 顧客満足度の向上、顧客ロイヤルティの向上、そして LTV（顧客生涯価値）の向上を実現するために、CRM 活動の重要性は増えています。

しかし、ひとくちに CRM と言ってもさまざまな手段があり、「**何から手をつけたらいいんだろう……**」と悩む担当者の方も多くいるようです。そこで今回は、CRM の手段の一つとしての「**アンケート**」**施策**についてご紹介します。



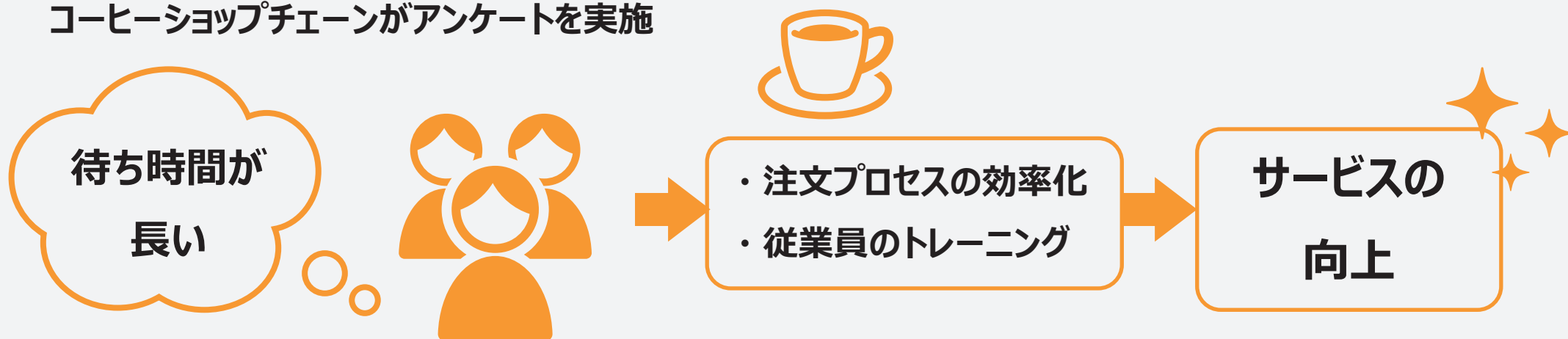
▶ 2. アンケートが有効な理由

アンケートは CRM において非常に有効なツールです。アンケートを通じて顧客の意見やフィードバックを収集することで、以下のようなメリットがあります。

顧客の声を反映したサービス改善

アンケートを活用することで、**顧客のニーズや要望を的確に把握することができます**。その結果、サービスや製品の改善につなげることができ、**顧客満足度を向上させることができます**。

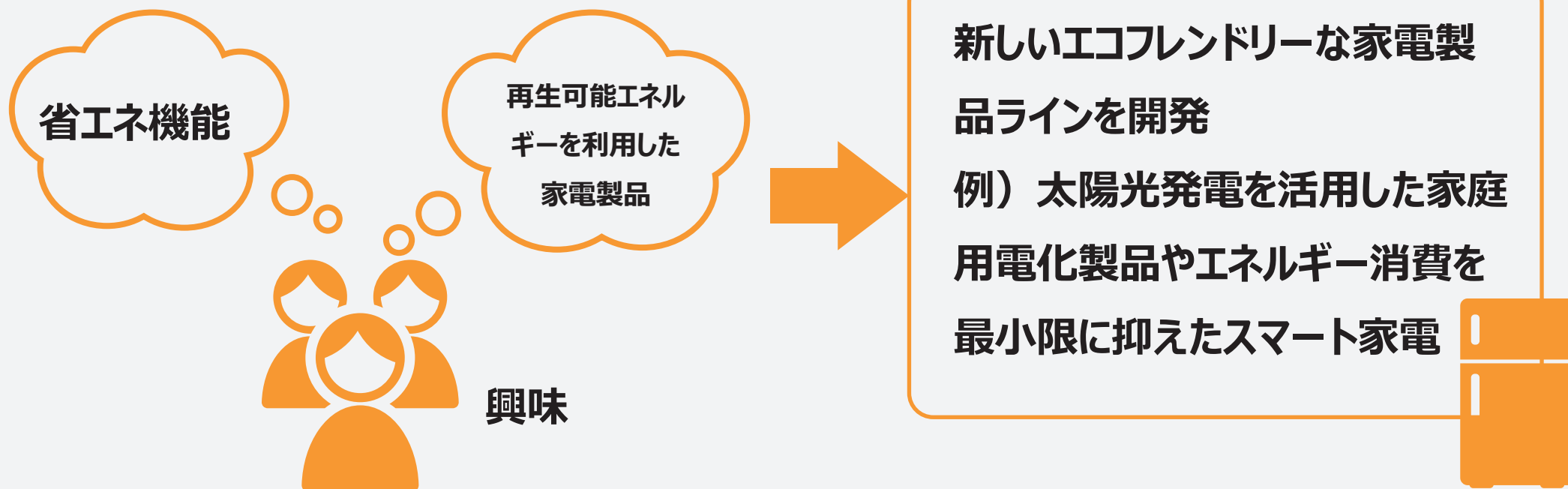
コーヒーショップチェーンがアンケートを実施



新たなビジネスチャンスの発掘

アンケートを通じて顧客のニーズや好みを把握することで、新たなビジネスチャンスを見つけることができます。 **顧客の要望に応える新しい商品やサービスを提供することで、競争力を高めることができます。**

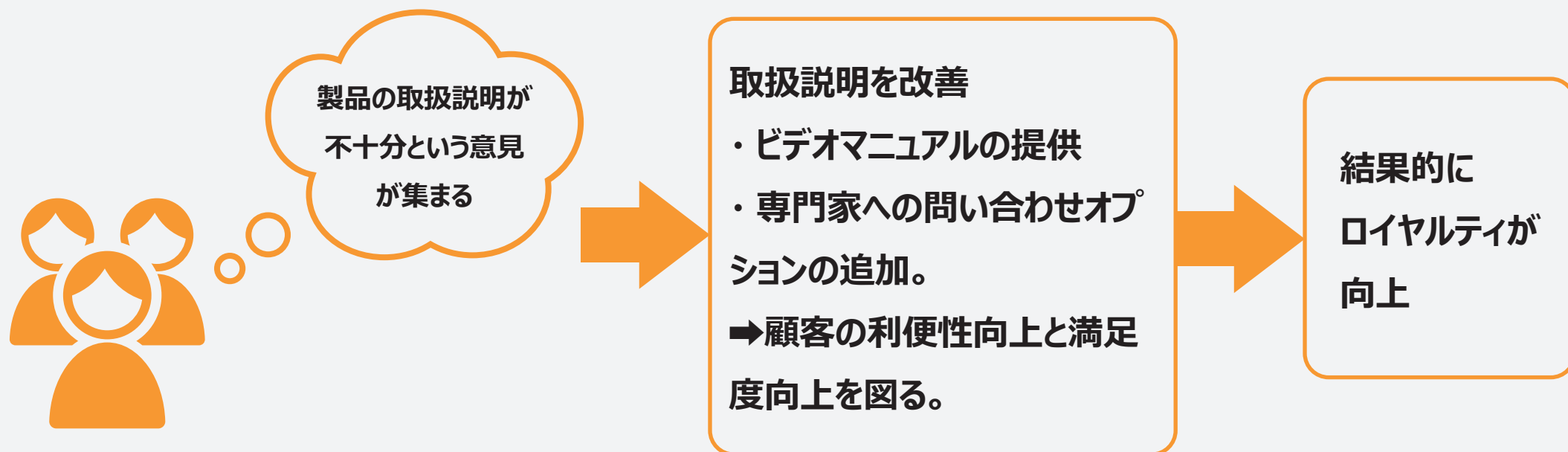
家電メーカーがアンケートを実施



顧客ロイヤルティの向上

アンケートは**顧客との双方向のコミュニケーションを促進する手段**としても活用されます。顧客からの意見やフィードバックに真摯に向き合い、それに応える姿勢を示すことで、顧客との関係を強化し、ロイヤルティを高めることができます。

オンライン家電販売業者がアンケートを実施



▶ 3. 双方向コミュニケーションが重要な理由

CRM の目的は、単なる情報発信ではなく、**顧客との双方向のコミュニケーションを築く**ことにあります。双方向のコミュニケーションを実現するためには、顧客の声を聴き、その意見に応える姿勢を示すことが重要です。アンケートを通じて顧客の意見を収集し、**それに基づいた改善や提案を行うことで、顧客との関係を深めることができます。**



▶ 4. アンケートで何を質問するか

アンケートを実施する際には、具体的な質問内容を検討する必要があります。以下は、アンケートで質問する際のポイントです。



顧客の購買行動や嗜好の把握



製品やサービスに関する満足度
や改善点の把握



顧客のニーズや要望の把握

▶ 顧客の購買行動や嗜好の把握

顧客が製品やサービスに対してどのような満足度を持っているのかを把握するために、**満足度調査や改善点の質問**を行います。

▶ 製品やサービスに関する満足度や改善点

顧客が求める機能やサービス、価格帯などについての質問を行い、**顧客のニーズや要望**を把握します。これにより、**より顧客に適した商品やサービスの提供**が可能となります。

▶ 顧客のニーズや要望の把握

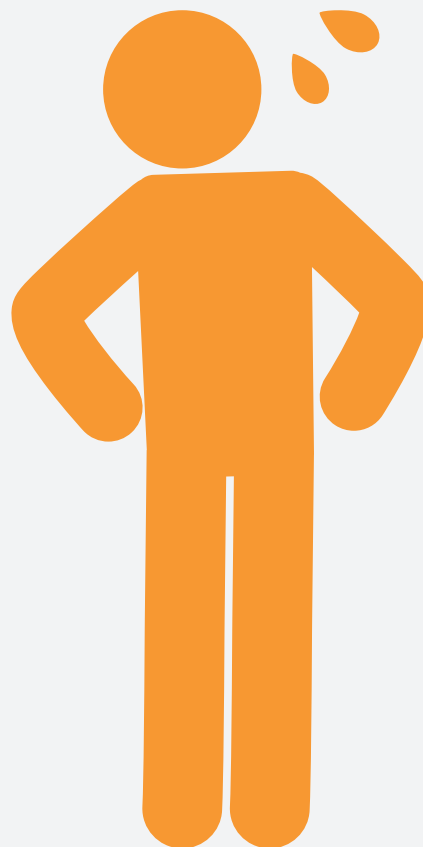
顧客の購買行動や嗜好に関する質問を行い、**顧客の好みや嗜好を把握**します。これにより、顧客に合った**ターゲティングやパーソナライズされた情報提供**が可能となります。

アンケート作成時の注意点

一方、アンケートを行う際には以下のような悪い例に陥らないよう気をつけなければいけません。

長すぎるアンケート

セグメンテーションの無視



無関係な質問の追加

フォローアップの不備



セグメンテーションの無視

CRM を活用する際には、顧客を適切なセグメントに分けてターゲティングすることが重要です。一律のアンケートを全顧客に送信するのではなく、**特定のセグメントに対してのみ送信することで、質問内容や提案の精度を向上させましょう。**



フォローアップの不備

アンケートへの回答に対して**適切なフォローアップ**を行わないと、回答者は自身の意見が反映されていないと感じる可能性があります。**回答者の意見に対して迅速かつ適切な対応を行い、顧客とのコミュニケーションを継続しましょう。**



長すぎるアンケート

アンケートが長すぎる場合、回答者は**疲れや飽きを感じる**可能性があります。質問をシンプルかつ明確にし、**必要最低限の情報を収集**するように心がけましょう。



無関係な質問の追加

アンケートに無関係な質問を含めることは避けましょう。回答者にとって関心のない項目に時間を割かせることは、**回答率の低下や顧客の不満を引き起こす**可能性があります。

アンケートを活用する際には、回答者の利便性と顧客満足度を最優先に考えることが重要です。適切なセグメンテーション、明確な質問、迅速なフォローアップを行い、回答者が参加したことに価値を感じるようなアンケートを設計しましょう。

▶ 5. アンケート結果の具体的な活用方法

アンケート結果の分析と適切な活用は、CRM 戦略の成功に不可欠です。以下は、アンケート結果を詳細かつ具体的に活かす方法についての詳細なガイドです。

1 データの詳細な分析

アンケートから得られたデータを徹底的に分析し、主要なトピックや特定の傾向を深掘りします。**数値データだけでなく、コメントやフリーテキストの回答も含めて、詳細な洞察を得ることが重要です。**

2 セグメンテーションと個別対応

得られたデータを基に、**顧客を異なるセグメントに分類**しましょう。これにより、異なる顧客グループに対して特定の課題や要望に対処するための個別の対応策を検討できます。セグメンテーションにより、**顧客に合わせたカスタマイズ**が可能になります。

3 優先順位付けと改善計画の策定

アンケート結果の中から**重要な項目に優先順位をつけ、改善計画を策定します**。これには緊急性や影響度合いを考慮し、短期的な対応が必要な課題から長期的かつ戦略的な改善までを含めます。

4 他のデータとの統合

アンケート結果を他の CRM データと統合し、**より包括的な顧客プロフィールを構築**します。これにより、アンケート結果だけでなく、購買履歴や行動データなどを総合的に分析し、より深い理解を得ることが可能です。

5 **フィードバックループの確立**

得られた結果を基に、**定期的なフィードバックループを確立**します。これには改善策の実施状況の報告や再度のアンケートの実施などが含まれます。**持続的な改善**が行われることで、顧客との**信頼関係が強化**されます。

6 **マーケティング戦略への統合**

アンケート結果から得た知見を**マーケティング戦略に統合**しましょう。特に、新しい製品やサービスの開発、販売促進の戦略立案に役立ちます。アンケートが提供する情報は、**企業が市場で競争優位性を獲得する手助け**となります。

▶ おわりに

ここまで、CRM の手段の一つとしてのアンケートについて考えてきました。

「LTV が低い！」「顧客の離脱が止まらない！」といった問題に直面し、CRM を強化したいと思っているマーケターの方が増えている一方、CRM の適切な手段についてはよく知られているとは言えません。

そうした中で、**アンケートは CRM において非常に重要なツール**となります。顧客の声を収集し、顧客との双方向のコミュニケーションを築くことにより、顧客満足度の向上や新たなビジネスチャンスの発掘につなげることができます。**アンケートを活用して顧客の意見や要望を把握し、それに応えることで、企画やサービスの改善に役立てましょう。**顧客との関係を築くためには、双方向のコミュニケーションを大切にし、顧客の声に真摯に向き合う姿勢を持つことが重要です。

最後までお読みいただき、 ありがとうございました。



DIRECT HOLDINGS

ダイレクト・ホールディングスは、
デジタル・マーケティング事業、
SNS マーケティング事業、PR・
キャスティング事業をはじめ、多
彩な人材やノウハウを持つ広告
代理店です。

マーケティングに関するお困りご
と、ご相談がある際は、お気軽
にご連絡ください。

【お問い合わせ】

東京本社 〒163-1439

東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号

東京オペラシティタワー 39 階

電話番号：03-6416-4822

FAX：03-6416-4823

contact@direct-holdings.co.jp