

2020年9月29日

電通テック、「商業施設 CRM ソリューション」を提供開始 — コロナ時代に即した行動マネジメントに基づく来館促進とファン化を支援 —

株式会社電通テックは、新型コロナウイルスによる消費者心理や行動の変化への対応に課題を持つ商業施設の運営担当者に向けて、来館促進とファン化を支援する「商業施設 CRM ソリューション」の提供を開始いたしました。来館者が安心して過ごせる導線づくりなどコロナ時代に即した行動マネジメントに基づき、施設ごとの特性や課題に応じた最適解をスピーディに提供いたします。



新型コロナウイルスの流行以降、消費者の行動に大きな変化が訪れ「新しい生活様式」が定着し始めた反面、自粛ストレスの反動やアクティビティの減少により、自宅とも職場とも違う“サードプレイス”的な場所を切望する新たな潜在的ニーズが生まれています。こうした複雑な消費者心理の変化・潜在的ニーズを的確にくみ取り、いかに応えていくかが、商業施設に求められています。

本ソリューションは、密の回避や接触リスクなどコロナ時代の行動マネジメントを前提とした空間設計に加えて、つい立ち寄りたくなる「愛されるサービス」により顧客の来館とファン化を促進。これまで年間を通じた経常販促や施設リニューアルなど様々な商業施設案件を手掛けてきた当社のノウハウを結集した各種メニューを提供することにより、このような状況下においても来館者を減らすことなく着実な売上と利益の確保に貢献してまいります。

【本件のお問い合わせ先】

株式会社 電通テック 事業企画室 コミュニケーションデザイン部 /メール: kouhou@dentsutec.co.jp

■ 行動マネジメントを前提としたファン化サービスの具体例

1) 安心してお買い物を楽しめる空間の提供

ソーシャルディスタンスを意識した空間設計、お客様が安心して買い物を行うために有効なアイテムやサービスの導入

例) 設備のレイアウト変更、オウンドメディアや SNS を活用した「密」状況のリアルタイムな情報発信

2) 商圏内の消費者ニーズの徹底把握を行いサービスとして具体化

ジオターゲティング分析や来館者の定性調査、分析結果に基づくサービスの企画

例) 未就学児童が多い地域での、遠隔地へ出かけられない子どもたちに向けた安全な遊び場の提供

3) 思わず足を運びたくなるきっかけの演出

ニューノーマル時代にふさわしいイベント企画、オンラインによる商品紹介

例) 人数限定のイベント開催、オウンドメディアでのショップ定員顔出しによる商品紹介コンテンツの配信

* 「商業施設 CRM ソリューション」の詳細について：

プロモーション領域の課題に結果を出す解決策「TEC Solution SHOWROOM」

<https://www.dentsutec.co.jp/showroom/sccrm/>

* 非接触の接客を可能にする次世代の店頭支援ソリューション「リテソリ」の詳細について：

プロモーション領域の課題に結果を出す解決策「TEC Solution SHOWROOM」

<https://www.dentsutec.co.jp/showroom/retail02/> (リテソリ 02)

<https://www.dentsutec.co.jp/showroom/retail/> (リテソリ)

<サービスに関するお問い合わせ先>

MAIL : funada@dentsutec.co.jp

株式会社 電通テック

関西支社 アクティベーション事業部

船田

<リリースに関するお問い合わせ先>

MAIL : kouhou@dentsutec.co.jp

株式会社 電通テック

事業企画室 コミュニケーションデザイン部

小笠原、内藤

【本件のお問い合わせ先】

株式会社 電通テック 事業企画室 コミュニケーションデザイン部 /メール : kouhou@dentsutec.co.jp