

「おサイフケータイ」対応のサービスで顧客とのつながりを強化!

例えばこんな風に!

とっても便利よね

これなら忘れられないね。

店ごとのポイントカードを持ち歩かなくてすむからお財布が膨れないわ

ありがとうございます。ケータイをかざして下さい。

1つのケータイに複数のカード機能を入れられるんだって

電子マネーのEdyをいっしょに入れたらもっと便利になるな

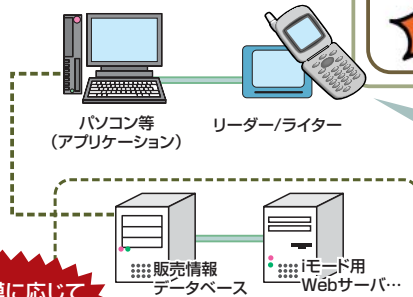
顧客の利便性アップ!

注目度アップ!

商店街共通ポイントカードをおサイフケータイにも対応させると...

おサイフケータイシステムの例

(例) ポイントシステムを作るなら



ケータイ内のFeliCaを読み取るためのリーダー/ライターを用意。情報はパソコン等に蓄積できる (アプリケーションソフトが必要)

さらに... 販売履歴データを活用してマーケティングを行ったり、iモード用のWebサイトを作って顧客がiモードサイトでポイントを確認する仕組みも構築可能。

うちの店専用のポイントカードもつくれそう

将来の発展も楽しみ!

用途や規模に応じて始められる

こうしたりリアルタイムのコミュニケーション性を活かし、メールで割引クーポンを配信して来店につなげるなど、ケータイを販促ツールとして利用する企業が増えてきた。そして、2004年8月からは、顧客囲い込みに活かせる新しい機能を搭載したケータイが登場した。

「iモード FeliCa (フェリカ)」。通称「おサイフケータイ」である。

このFeliCaをケータイの中にとっさり入れてしまったのが「おサイフケータイ」である。利用者側は何枚ものカードや会員証、小銭で「お財布がいっぱい」ということもなく、利便性が向上する。

例えば、商店街でポイントサービスを行い顧客の囲い込みをはかろうと企画しているなら、このおサイフケータイがおすすめだ。

おサイフケータイなら、専用サイトからiアプリをダウンロードして設定すれば、ケータイの中にポイント機能がすっぽり入ってしまう。ポイントをためるときは店頭のリーダー/ライターにおサイフケータイをかざすだけだ。

専用のカードだと、利用者が忘れてたり、紛失したりなど、来店時に利用できることもあるだろう。顧客がいつも身につけているケータイなら、そういった心配も無用になる。

また、顧客ごとのポイント数、購買履歴をデータとして蓄積していけば、顧客の状況をより深く理解することも可能になる。顧客の特性や嗜好に合わせた販促で、今まで以上の売上増も期待できるはずだ。

ケータイで読み取るだけで「Business Online」へ簡単アクセス

※塵、汚れ、破損、光の反射などによっては読み取れない場合があります。

お問い合わせ先
株式会社NTTドコモ
ドコモの法人向けサイト Business Online
PC版 <http://www.docomo.biz/039/>
iモード版 <http://m.docomo.biz/039/>

リーダー/ライターに「ピッ」とかざすだけで瞬時に情報をやり取りできるの使い勝手が良く、用途も電子マネー、会員カード、社員証、部屋のカギ (IDカード) など、広がりを見せている。

例えば、商店街でポイントサービスを行い顧客の囲い込みをはかろうと企画しているなら、このおサイフケータイがおすすめだ。

おサイフケータイなら、専用サイトからiアプリをダウンロードして設定すれば、ケータイの中にポイント機能がすっぽり入ってしまう。ポイントをためるときは店頭のリーダー/ライターにおサイフケータイをかざすだけだ。

専用のカードだと、利用者が忘れてたり、紛失したりなど、来店時に利用できることもあるだろう。顧客がいつも身につけているケータイなら、そういった心配も無用になる。

また、顧客ごとのポイント数、購買履歴をデータとして蓄積していけば、顧客の状況をより深く理解することも可能になる。顧客の特性や嗜好に合わせた販促で、今まで以上の売上増も期待できるはずだ。

では、どんな準備が必要だろうか? まず、専用サイトにアクセスし、iアプリをダウンロード。各店舗は、FeliCaを読み取る機器 (リーダー/ライター) とデータを保存するパソコンなどがあれば、対応できる。

さらにiモードと連動させてお知らせメールを送ったり、ポイント数をiモードで照会できる仕組みを作るなどの拡張も。

FeliCa機能は、今後多くのケータイに搭載されていく。他社や他の商店街に先んじて導入すれば、販促で一步先を行くことができるはずだ。自社ならどんな風に使えるか、一考してみたいかがだろうか。

良い販促方法はない?

携帯電話は日々進化を続け、メールやWebだけでなく様々なコミュニケーションを行えるインフラに成長してきた。今回は携帯電話の最新事情を踏まえ、新しいマーケティング手法を紹介する。

モノがあふれ消費者の嗜好も多様化してきた今、販促活動にも、よりきめ細かい対応が求められる。来店や購買の回数を増やし良好な関係を継続していくには、顧客に一步踏み込んだアプローチが不可欠だ。

その方法の一つとして重要な役割を担うようになってきたのがケータイである。ケータイは通話のみならず、メールやWebが使える、利用者がいつでも持ち歩いている。幅広い層を対象にできるのも強みだ。

「iモード FeliCa (フェリカ)」。通称「おサイフケータイ」である。

FeliCaは非接触型ICカードの規格で、JR東日本の交通カード「Suica」、JR西日本の「ICOCA」などでも採用されている。

ケータイがお財布代わりになる!?

豆知識<「FeliCa」と「iモードFeliCa」>

FeliCaはソニーが開発した非接触ICカード技術方式。すでに同規格のICカードは世界で5000万枚以上活用されている。海外では香港の交通カード「オクトパスカード」が有名。日本では本文で紹介したJRの交通カードのほか、電子マネー「Edy」での普及が著しい。

iモード FeliCaはこのICカードをケータイに搭載したもので、2004年9月現在では、F900iC、SO506iC、P506iC、SH506iCの4機種が対応している。カード型に比べたメリットは、iモードのネットワークを使った電子マネーの入金やチケットのダウンロードができること、複数のカードを一台のケータイに所有できること、購入履歴や残高をケータイの画面に表示できることなどが挙げられる。既存の機能と連携させられることが大きな魅力だ。サービス提供側からみると、顧客がいつも持ち歩いているケータイにカード機能が入ること、常時携帯による機会損失の防止が見込める。

おサイフケータイとは?

財布に入っている物がケータイの中に入ってしまう!

ピッ

リーダー/ライターにかざすと、お金を支払ったりポイントが加算されたり便利~!!

第3回

携帯電話で顧客の来店頻度をアップさせる!