

イングちゃんの職場探訪 PART 4

三越伊勢丹グループ労働組合
札幌丸井三越支部
担当：谷脇 直幸

CRMってどんな取り組みをしているの？店舗運営担当石川さんにお話を伺いました！



■公式マスコットキャラクター「イングちゃん」

企業戦略上重要な位置付けのCRMチーム！
この1年間の取り組みをまじえながら、CRMの重要性について教えてもらったうさ！

1. CRMとは？



店舗運営担当
石川 卓さん(インタビュー当時)

CRMってそもそもなにうさ？

「CRM」とは顧客関係性維持のことで、顧客情報を管理し、顧客との良好な関係を構築することを目指しています。

CRMって何で重要うさか？

お客さまニーズの多様化により、以前までのマスへ向けた商品やサービスの提案だけではなく、顧客ニーズにあった提案が重要視されています。特に札幌丸井三越はアプリ会員・MIカードホルダーの売上シェアがグループ他店と比較して低い水準のため、戦略上伸びしろが高いことも重要なポイントです。



執行委員
谷脇 直幸さん

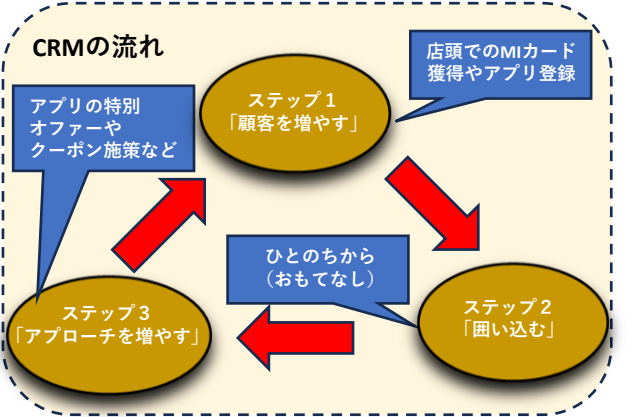
2. 札幌丸井三越はどのようにCRMを強化しているの？

CRMを右図のイメージで循環させようとしているうさね！



多くの顧客を獲得することがCRM強化の重要なポイントです。より多くのお客さまにお店の情報を発信できるようになります。

CRMチームは営業政策や商品部と連携をとり、顧客情報をもとに「新規顧客の獲得方法」、「顧客に満足していただく商品やサービス」を提案をしています。



3. CRMチームは顧客情報を活用して3つの業務に取り組んでいます！

※黄色網掛け部分をCRMが担当

1) 全館施策と連動アプローチ

- ①全館大綱の発信 (営業政策)
- ②WEBページ作成 (営業政策)
- ③顧客セグメント&特別オファー作成
- ④効果検証

あなたに最適な情報を。
MITSUKOSHI ISETAN
三越伊勢丹アプリ

2) お取り寄せ(ストアアテンド)

- ①アプリ会員から商品購入依頼
- ②首都圏店舗に連絡、商品手配
- ③商品お渡し
- ④新たな商品提案

日本橋三越・銀座三越・新宿伊勢丹より
お取り寄せ
ネットワークサービス

3) 重点ブランドとの伴奏

- ①取組先&MD &CRM担当でMTG
- ②顧客のセグメント&特別オファー作成
- ③施策実施 (商品部・販売統括部)
- ④結果の振り返り&フィードバック

いかがでしたか？まだ新設されてから1年のCRMチーム。取り巻く環境やお客さまの変化に合わせて会社の組織も変わるうさ！新しくできた役割や業務を知るきっかけにしてほしいうさ！

※2024年3月にインタビュー実施の為、所属・組織は2024年3月時点となります。

