

NPSの測定・分析の基本と 分析結果を活用した商品・サービスの改善 ～ネット・プロモーター・スコアを用いた改善課題の抽出、優先順位付～

■日 時■ 2017年5月22日(月) 10:00～11:30

■会 場■ 企業研究会セミナールーム(東京・麹町)

■講 師■ マーキットワン(株) 取締役 COO 望月 俊成 氏

【講師紹介】サンダーバード国際経営大学院修士課程(MBA)修了。ダイレクトマーケティング会社にて、化粧品会社、自動車会社のCRM支援。ニューロマーケティング会社での生体反応を活用したマーケティングサービスの事業展開に携わり、2015年に家業のシステム開発会社である、(株)コンピュータマインド社へ入社。新規事業として、顧客ロイヤリティ指標NPSを基に顧客の声を見える化するクラウドサービスを立ち上げる。2016年に新規事業をマーケットワン(株)として分社化。現在、取締役として、事業拡大に注力している。

◆ 開催にあたって

製品やサービスが、顧客にどのように受け止められているかを計測する指標として、NPS(ネット・プロモーター・スコア)があります。「友人や同僚に進める可能性はどのくらいあるか?」というシンプルな質問で行うこの調査方法は、アップルやGE、レゴといった海外の会社で導入されて、商品やサービス改善に効果を上げています。

本セミナーでは、ネット・プロモーター・スコアの調査方法を行う場合の調査方法と、その結果をどのようにプロットして、分析結果を読み解き、課題の優先順位付を行うかなどについて解説します。

＜プログラム詳細は裏面をご覧ください＞

●受講料●1名(税込み、資料代含む)

正会員	5,400円	本体価格 5,000円
一般	16,200円	本体価格 15,000円

●申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あてにFAXいただくか、当会ホームページからお申し込みください。後日(開催日1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。

●申込書をFAXにてご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

●会員企業のご確認、その他セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより〔TOP〕→〔公開セミナー〕→〔よくあるご質問〕をご参照下さい。

●お申込み後のキャンセルは原則としてお受けいたしかねますので、お申込者をご出席できない場合には、代理の方のご出席をお願い申し上げます。

●最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきます。ご了承ください。

一般社団法人企業研究会

担当：倉島 E-mail: kurashima@bri.or.jp

〒102-0083

東京都千代田区麹町 5-7-2 2F

TEL 03-5215-3515 FAX 03-5215-0951

一般社団法人企業研究会 セミナー事務局宛 FAX 03-5215-0951

*当会ホームページ(<http://www.bri.or.jp>)からもお申込みいただけます。
*FAXでご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

171152-0101	※	2017.5.22	
申込書 自社で行うNPSの測定・分析の基本と 分析結果を活用した商品・サービスの改善			
会社名	フリガナ		
住所	〒		
ご氏名	フリガナ	所属 役職	
TEL		FAX	
E-mail			

*お客様の個人情報は、本研究会に関する確認・連絡、および当会主催のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

NPSの測定・分析の基本と 分析結果を活用した商品・サービスの改善 ～ネット・プロモーター・スコアを用いた改善課題の抽出、優先順位付～

5月22日(月)

● プログラム ●

10:00

1. 顧客ロイヤルティ把握の重要性と既存指標の問題点
 - 1) 顧客ロイヤルティの定義と重要性
 - 2) 既存指標の限界と問題点
 - 3) NPSの特長
 - ・ビジネス指標との強い相関関係
 - ・ロイヤリティ観点での顧客の見える化

2. NPS (ネット・プロモーター・スコア) の調査方法と分析
 - 1) NPSのアンケートの基本的なイメージ
 - 2) 推奨度と各満足度の基本的なプロット
 - 3) 相関分析の具体的な方法
 - ・プロット結果の読み解き方の基本
(課題の優先順位の把握)
 - ・キーワード分析による課題解決の方向性の見定め

3. 分析結果を改善につなげる方法
 - 1) NPSを活用した改善のPDCAサイクルの回し方
 - 2) 国内企業のNPS活用事例

11:30