ケーススタディ／事例紹介

投資先企業の顧客インサイトを マーケットリサーチで獲得

パブリックエクイティ企業による、投資先企業の顧客ロイヤルティ改善に向けた調査

企業の課題

某プライベートエクイティ企業は、消費財メーカーの買収をした際に既存顧客のロイヤルティを高めて顧客基盤を拡大したいと考えていました。そこで、ロイヤルティプログラムの成功の可能性や、プログラムがどのような内容や報酬であれば会員数の増加と維持に寄与するか、買収した企業の顧客からインサイトを得ることを検討していました。

GLG のアプローチ

GLG サーベイの調査チームはプライベートエクイティ企業と協力して、消費財メーカーの全米における現在および潜在顧客を対象に実施する調査を作成しました。

また、さまざまなロイヤルティプログラムやリワードプログラムに関する顧客の好みを判断するコンジョイント分析のための調査を設計し、実行しました。この調査で数百名の潜在顧客から回答を取集し、顧客ロイヤルティを最大化して維持するために、プログラムに取り入れるべき最適な要素を明らかにすることができました。

結果

この調査結果は、3 つの異なる所得層における顧客の優先度の違いを浮き彫りにしました。また、GLG はプログラムの特徴を調整し、顧客の好みの変動をテストできる専用シミュレーターを提供しました。プライベートエクイティ企業はこの調査結果とシミュレーターを使用して、投資先企業の社内チームと共にマーケットリサーチ計画を作成し、顧客がロイヤルティプログラムに最も関心を持つ要素を特定して組み込むすることに成功しました。

使用されたサービス

GLG サーベイ

GLG が選ばれる理由

プライベート・エクイティ企業は、投資先企業で検討中の複数の顧客ロイヤルティプログラムの成功の可能性を検証するために、GLG サーベイを用いて消費者インサイトを調査しました。

専門家によるサポート

調査は専任のプロジェクトマネージャーによって監督され、さらに、GLG の熟練したマーケットリサーチ専門家がアドバイスを行いました。

先進的な調査設計と成果物

GLG はターゲット層に対するコンジョイント分析調査を設計し、実行しました。また、さまざまなプログラムの特徴を調整することで、顧客の嗜好がどのように変化するかを検証するためのシミュレーターも提供しました。

お問い合わせ

GLG は、世界最大のインサイト・ネットワークです。情報に基づいた意思決定を行うために、経験に基づいた確かなインサイトを提供する有識者とお客さまをつないでいます。GLG の専門チームは、ビジネス課題や疑問を特定、評価し、ニーズに答えるためのオーダーメイドのアプローチを作成しています。GLG は、プロフェッショナルのあらゆる意思決定にインサイトの力をもたらしています。

本資料に記載されている内容は、情報提供のみを目的としています。これらの情報は、特定の問題に関するアドバイスとして提供されるものではなく、それに依拠されるものでもありません。
GLG® と GLG のロゴは Gerson Lehrman Group, Inc. の登録商標です。
©2021 Gerson Lehrman Group, Inc. All rights reserved