

ファンケル ニュースレター Vol. 24

2012 年 3 月 19 日

一人ひとりのお客様のために

『ファンケル パーソナル カウンセリング プログラム』始動！



2012 年 3 月 20 日、ファンケルの化粧品ラインアップが刷新されます。

創業以来培ってきた無添加のノウハウを中核に据え、“グローバル・プレミアム・ブランド”としての地位を確立するため、ファンケルは“リブランディング”を宣言。無添加化粧品を長くご愛用いただいているお客様にも、これからお付き合いが始まるお客様にも、さらに進化したファンケルの新無添加スキンケアを堪能していただけます。

生まれ変わったのは商品だけではありません。

同じく 3 月 20 日から全国の店舗とショッピングサ

イトおよびコンタクトセンターで始まる『ファンケル パーソナル カウンセリング プログラム』もその一つ。どの販売チャネルでお買い物をされても、お客様一人ひとりのお悩みを把握し最適な商品をご案内するとともに、これまで以上にきめ細かいカウンセリングとお買い物サポートを提供してまいります。

無添加という価値はそのままに、最新の技術を駆使して生まれ変わったファンケルの新しいサービスをご紹介します。

すべてのデータベースを統合し、お客様一人ひとりをより深く理解する

通信販売の化粧品会社として出発したファンケルは、現在では電話、インターネット、直営店舗合わせて 200 万人を超えるお客様にお付き合いいただいています。これまでは、お客様データを直営店舗、コンタクトセンター、インターネット、それぞれのチャネルで管理してきましたが、3 月 20 日のリブランディングを機に、お客様データも統合いたします。これにより、どの販売チャネルをご利用いただいても、お客様の肌の状態やこれまでのご利用履歴を元に、最適なお提案ができる体制が整います。お客様との対話から浮かび上がった生活習慣や現在のお悩みも、次のご来店や電話でのご相談時に活かせるように引き継がれる仕組みとなっています。

今回のシステム統合を推進してきたファンケル営業本部 営業統括室 販売システムグループの前田弘之グループマネジャーは「お客様の膨大なデータを管理するには、それに応じたシステムの基盤が必要です。今回のリブランディングと並行し、システム面では構想から約 3 年かけて新しいデータベースを構築してきました。直営店舗、コンタクトセンター、カタログ通販、ネット通販など、ファンケルが持っているマルチチャネルから得られるお客様についての情報やお買い物情報を一元管理した上で、共通のサービス、共通の商品提案ができるという、他社にないビジネスモデルを今回作ろうとしているわけです。お客様のお買い物情報やカウンセリングの記録を整え、今後はお客様とよりパーソナルなコミュニケーションを充実させるために情報を活用していきます」と話しています。

もっとお客様と親密できめ細かいコミュニケーションを。

そのお客様データベースを活用したシステムが、『ファンケル パーソナル カウンセリング プログラム』です。お客様とファンケルとのこれまで、そしてこれからのお付き合いの記録を直営店舗、コンタクトセンター、インターネットにかかわらず一元管理するとともに、過去の情報と合わせて、『ファンケル素肌純度チェック』で現在のお肌の状態を解析し、最適な商品をお勧めしていくパーソナルカウンセリングです。

お客様の肌悩みをどのチャネルでも共有することで、カウンセリングの結果やお客様にご納得いただける商品をお勧めすることを目指していきます。

こうしたカウンセリング結果は、お客様自身でもショッピングサイトの会員ページで閲覧できるようになり(ファンケル会員様限定)、お客様と店舗スタッフやコンタクトセンター担当者が情報を共有しながらコミュニケーションをとることが可能になるのです。この『ファンケル パーソナル カウンセリング プログラム』は、お客様データを一元管理し、どの販売チャネルでも一貫した情報提供ができるチャネルシームレスな新しいビジネスモデルとして、2012 年 3 月に特許を出願しました。



インターネットでの
ファンケル素肌純度チェック画面

コンタクトセンターでもカウンセリングを！ 専用ツール「素肌純度チェックキット」も5月から導入

コンタクトセンターの機能も変わることになります。

「これまでは、お客様からのご注文を承り、ご相談があればその質問にお答えするのが主な業務でしたが、今後はより親密なカウンセリングを行ったり、ご提案をしたりしていくコンタクトセンターに変わって行きます」(前田)。

お客様のデータベースを参照しながら対話し、その際に得られたお話をさらにデータベースに加えていくことで、一人ひとりのお客様がどのような対応を求めているかを分析し、常に最適なご提案をしていけるように基盤を整えていきます。さらに、ご自宅へ『ファンケル素肌純度チェック』ができる専用ツール「素肌純度チェックキット」をご郵送し、返送していただくと、後日解析結果をお届けするというサービスも5月から開始する予定です。

全国の店舗に導入：タブレットに搭載されている「デジタル美容カルテ」とは？



店舗でのカウンセリング画面

さらに、直営店舗には最新の支援ツールが導入されます。

「リブランディングにより化粧品のラインアップが新しくなり、アイテム数も増えるため、お客様とのよりいっそう丁寧できめ細かい対話が求められます。そのツールとして力を発揮してくれるのが、今回、全国の直営店舗173店に導入するタブレット型端末です。正式導入は3月20日ですが、既に60店舗ほどでトライアルを行い、準備を進めてきました」(前田)。

ファンケルの直営店舗では、お客様とのコミュニケーションを重視しながら、同時にお客様が自由に商品を手にとって見られる形態を維持していきたいと考えています。

「化粧品を販売する企業として、お客様とのコミュニケーション手段の最たるものがカウンセリングだと思っています。一回限りのカウンセリングではなく、その前後のお買い物情報やカウンセリング記録をふまえてお客様と接することで、お客様一人ひとりと継続した関係を作り上げていくことが可能になります」(前田)。

お客様の経験価値を高めるIT技術。それを駆使した今後の可能性

新システムで蓄積されたお客様情報は、今後の商品開発や、基礎的な研究の分野にも生かされます。

「カウンセリングやお悩みのご相談、購入履歴など、お客様とのやり取りはすべてデータ化されて蓄積され、お客様がどのような商品を求めているかの分析や商品開発、研究に生かすことができます。

例えば、カウンセリング記録を残すことで、ファンケ

ルのお客様のうち乾燥肌の方は何%、普通肌は何%というようなデータも得られるし、肌状態やお悩みの状態と購入アイテムの相関関係なども浮かび上がってきます。そうした情報を元に、今後どんな商品が求められているか、商品ニーズの分析や研究開発を進めることも可能になるでしょう。当然、データ量はどんどん増えていきますが、IT 環境は格段に性能が向上していて、ビッグデータと呼ばれる膨大なデータを瞬時に活用していく基盤は整ってきたので、このようなデータを集めていく意義もあるのです」(前田)。



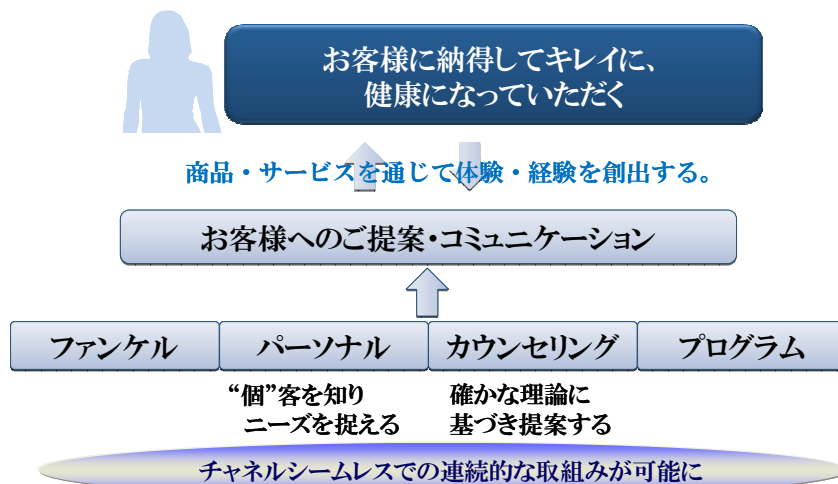
200 万人を超えるお客様とのお付き合いでは、ともするとお客様一人ひとりの顔を見失いがちになってしまいます。そうしたことへの自戒も含め、今回のリブランディングと新プログラムの同時始動は、お客様とのより一層パーソナルなコミュニケーションを構築していくことを大きな狙いの一つとしています。

『ファンケル パーソナル カウンセリング プログラム』の最大のメリットは、お客様の情報をより良く理解できること、お客様側から見れば、知っていてくれる安心感や信頼感が、これまで以上に醸成される土壌を築いていけることだと思います。カウンセリングや積極的なコミュニケーションによって、いつ、どこで何を買ったかだけでなく、なぜその商品を買ったのか、どういったお悩みを抱えていて、それは改善したのかどうか、そういった心理的要素に直結する情報を積み重ねることができ、それによりこれまで以上に安心してお買い物をしていただけていると思っています」(前田)。

ファンケルは、最新技術を使ったデータ管理により、お客様一人ひとりの日常生活や心理状態にまで配慮したコミュニケーションを可能にし、長くお付き合いいただける関係を構築できると考えています。そして、一人ひとりのお客様の美と健康のために、これからも進化し続けてまいります。

『ファンケル パーソナル カウンセリング プログラム』で目指すべきゴール

お客様にとって最適なご提案をすること



新しくなったファンケルでのお買い物がどのように変わるのか、

3月20日以降のお客様の日常をOL 純子さんの日記でシミュレーションしてみましょう！

《2012年3月〇日》



昼休みにファンケルショップの前を通りかかって、化粧水がなくなりかけていたことを思い出した。最近、ファンケルの化粧品は使っていなかったけど、無添加のスキんケアラインが新しくなるってお知らせが来てたっけ。季節の変わり目でお肌もちっと敏感になってる感じだし、新商品も気になったので店内を覗いてみた。

入ってみると、ファンケルのロゴが新しくなって、お店の雰囲気も一新。化粧品のパッケージも変わって、透明感があってなんだか上質感漂う感じ。こんなの使ったら素肌美人になれるかしら……って、容器でキレイになるわけじゃないんだから！

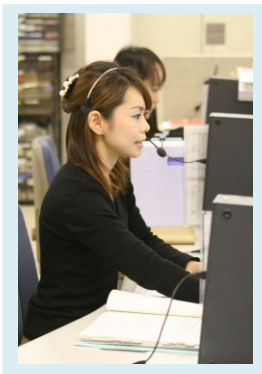
どれが私に合うのか分からず迷っていたら、店舗スタッフが一通り説明してくれて、「お時間がございましたら、『ファンケル素肌純度チェック』を受けてみませんか」と勧められた。

見ると、スタッフの手にはタブレット型の専用機器が。まだ時間もあるし、面白そうなので受けてみることにした。肌悩みやライフスタイルなどいくつかの質問に答えた後、肌状態を肌スコープで見て美肌レベルを測定。さらに角層をチェックして私の肌ストレスの受けにくさ(=アンチストレスレベル)も解析してもらえるんだ！私の素肌の純度レベルは12段階中6……！！このところ、頬のあたりのカサカサ感が気になっていたけど、やはりうるおいがやや足りないとの判定結果。最近、仕事の悩みで眠れず、肌が荒れ気味なんですよ～、なんて話もしてしまった。今日のところはとりあえず今すぐ必要な、モイ
スチャライジング化粧液のしっとりタイプだけを購入してオフィスに戻った。パンフレットをもらったので、後で研究してみよう！



《2012年4月△日》

先日購入した化粧液、使い心地もとてもいいし、新しい容器はすっきりしてて洗面台に置いてもおしゃれな感じ。やっぱり外見も大事ね。あれから一週間使ってるけど、頬の乾燥もあまり気にならなくなった。このラインで他のアイテムもそろえちゃおうかなと思ったけど、ちょっと待って。そろそろ紫外線が強くなってきてるし、他にも寝不足であごやフェイスラインに吹き出物ができるのも気になってたんだ。ホワイティングラインとかアクネケアラインっていうのもあったっけ。



どういう選び方をすれば良いか分からなかったの、パンフレットにあったフリーダイヤルに電話してみた。コンタクトセンターの担当者はてきぱきして歯切れが良い。先週のショップでの買い物や、その時のファンケル素肌純度チェックの結果もちゃんと把握していて、化粧液の使用感を尋ねられた。寝不足の話まで伝わって、その後いかがですか、なんて聞いてくれる。そこで、肌の乾燥は気にならなくなってきたこと、今度は化粧品だけでなくサプリメントも組み合わせたいことを伝えて、再度カウンセリングを受ける。その結果、今の肌状態にはアクネケアラインの化粧液とエッセンスとジェルに加えて、サプリメントのマルチビタミン&ミネラルとHTCコラーゲンで内からの基本的なケアを勧められた。なるほど、ちょっと検討してみよう。睡眠の悩みまで知っていてくれると、安心感がある。しばらくしても良くならなかったらまた相談しようかな。

《2012年4月×日》

今日は久しぶりに六本木でサトコと待ち合わせ。カフェに座って待っていたら、メール着信音が。サトコかな、と思ったらファンケルからのメールマガジンで、春先のお肌のお手入れ方法の紹介。なるほど…春は意外に紫外線ダメージを受けやすい季節なんだ。そういえば、ファンケルの店舗で化粧液を買ってからもうすぐ一カ月だから、そろそろ切れる頃だった。そのままファンケルのショッピングサイトにアクセスしてみた。ID・パスワードを入力して会員ページを呼び出すと、先日ファンケルのお店で受けたカウンセリングの結果が表示された。ふーん、このサイトで、自分でも24時間好きな時にお肌のチェックができるんだ。質問に答えていけば、その時の肌状態に応じた推奨アイテムも教えてくれる。季節ごとにお肌の状態って変わってくるし、こまめにチェックして、その時々合ったプラスオンケアやサプリメントを選ぶのもいいかも。あ、サトコが来た。早速、ファンケル素肌純度チェック教えてあげよう！

