

# その場限りではない顧客満足(CS)

～ライフタイムバリューとは～

顧客満足(CS : Customer Satisfaction)は、顧客を抽象的な存在としてとらえず、あくまでも大切な一人のお客様としてとらえるところからスタートします。

そして、企業が一人の顧客から生涯にわたって得られる価値(成果)のことを「ライフタイムバリュー(LTV : Life Time Value)」といいます。企業にとっては、一人の顧客が長い間その企業の商品を気に入って購入してくれることは利益の増大につながります。そのため、いかに顧客生涯価値を高めるかが重要となってきます。



一回の購入額が1,000円でも毎週買ってくれれば一ヶ月で4,000円、1年間では48,000円、10年間では480,000円になります。

ある会社の商品気に入って、長く買い続ける(リピーター)顧客を育てるためには、ロイヤルティ(忠誠心)を高めて信頼関係を築くことが大切です。

ではどうすればロイヤルティは高まるのでしょうか？

企業が顧客に対して「高い満足」を提供すると、「信頼」「絆」がうまれます。企業が顧客を囲い込むのではなく、企業がファンとなって顧客から「囲い込まれる」ことが大切なのです。

