

Press Release



2021年10月11日
トランスコスモス株式会社

トランスコスモス、中国において「5A Loyalty 診断」の提供を開始

オムロンヘルスケア(チャイナ)について「5A Loyalty 診断」を行い、総合的なCXサービスを提案

トランスコスモス株式会社(本社:東京都豊島区、代表取締役社長兼 COO:奥田昌孝)は、中国の100%子会社である上海特思尔大宇宙商務咨询有限公司(本社:中国上海市、CEO:山下栄二郎、以下、トランスコスモスチャイナ)と連携し、オムロンヘルスケア(チャイナ)(中国語表記:欧姆龙健康医疗(中国)有限公司)に、「5A Loyalty 診断」の提供を開始しました。診断結果をもとにした総合的なCXサービスを提案・実行します。



<https://www.pkmarketing.jp/>

「5A」とは、書籍『コラーのマーケティング 4.0』で提唱されている新たなマーケティング概念です。トランスコスモスは2019年3月、「コラーのマーケティング 4.0」の共同執筆者であるヘルマワン・カルタジャヤが設立した、インドネシアのマーケティングに特化したコンサルティング企業である MarkPlus, Inc.と業務提携し、「5A」のオリジナル測定尺度を日本国内で独占的に使用し、独自のロイヤルティマーケティングサービス「5A Loyalty suite」を提供しています。

「5A Loyalty 診断」は、「5A」のコンセプトをもとにトランスコスモスが独自開発したCX診断サービスで、自社と競合他社を比較する診断をワンストップで定量的に可視化することが可能です。診断結果をもとに、市場でのポジショニングやマーケティングコミュニケーション、購買前・購買後のタッチポイントなどの見直しを行い、売上やロイヤルティ向上のための施策を提案し、実行・運用まで中長期的にサポートします。

■「5A Loyalty 診断」の流れ



■「5A」指標とは

「マーケティング 4.0」において、A1(認知: AWARE)、A2(訴求: APPEAL)、A3(調査: ASK)、A4(行動: ACT)、A5(推奨: ADVOCATE)の5Aが接続性時代のカスタマージャーニーと提唱しています。これは、消費の意思決定が個人単独ではなく、さまざまな意見に基づいた「共同意思決定」を表現したコンセプトです。この5Aの考え方に沿った新しい効果測定指標として、PAR (Purchase Action Ratio: 購買行動率)とBAR (Brand Advocacy Ratio: ブランド推奨率)の二つの指標を提唱しています。この指標により、企業がブランド認知をブランド購買にどのくらい「コンバート」できているか、ブランド認知をブランド推奨にどのくらい「コンバート」できているかを評価できます。

※トランスコスモスは、トランスコスモス株式会社の日本及びその他の国における登録商標または商標です

※その他、記載されている会社名、製品・サービス名は、各社の登録商標または商標です

(トランスコスモス株式会社について)

トランスコスモスは1966年の創業以来、優れた「人」と最新の「技術力」を融合し、より価値の高いサービスを提供することで、お客様企業の競争力強化に努めて参りました。現在では、お客様企業のビジネスプロセスをコスト最適化と売上拡大の両面から支援するサービスを、アジアを中心に世界30の国と地域・169の拠点を、オペレーショナル・エクセレンスを追求し、提供しています。また、世界規模でのEC市場の拡大にあわせ、お客様企業の優良な商品・サービスを世界48の国と地域の消費者にお届けするグローバルECワンストップサービスを提供しています。トランスコスモスは事業環境の変化に対応し、デジタル技術の活用でお客様企業の変革を支援する「Global Digital Transformation Partner」を目指しています。(URL: <https://www.trans-cosmos.co.jp>)