



KOETOMO

2012年11月14日

東急グループのお客さまを対象としたモニター組織

「KOETOMO(こえとも)」がスタート

～お客さまの声を商品・サービスに生かします～

東京急行電鉄株式会社

当社は、2012年11月15日から、東急グループのサービスや施設をご利用のお客さまや、東急線沿線にお住まいのお客さまの声を集めるモニター組織「KOETOMO」(以下、本サービス)をスタートします。これは、これまで東急沿線情報サイト「とくらく」内にあった「とくらくりサーチ」のノウハウ・機能を引き継ぎ、更にお客様の声を収集・活用する機能を強化させたものです。

本サービスは、モニター登録いただいたお客さまに、アンケートやグループインタビューを実施し、そこでいただいたお客さまの声を東急グループの商品・サービスに生かすことを目的としています。テーマは、東急グループの事業領域である「交通」「街づくり」「生活サービス」に関するものを中心とし、ご協力いただいた方にはTOKYUポイントなどを進呈します。

本サービスのロゴマークには、お客さまの「こえ」と「とも」にとの思いを込めました。これまで以上にお客さまの声に耳を傾け、価値ある商品・サービスを提供する姿勢を表現しています。

< 今後の活動予定 >

東急ストア/オリジナル商品の開発について(2012年12月実施予定)

「Tokyu Store PLUS」の商品開発にあたって、「お客さまにご満足いただける価値の具現化」を目的に、お客さまの声を収集・分析し、品質はもちろん、使い勝手、仕様(原材料・製造方法・サイズ)などで、ナショナルブランド商品にはない、独自の価値を提供します。

東急百貨店/お客さまアンケート(2012年12月実施予定)

東急百貨店が毎年実施しているお客さまアンケートを、本サービスにて実施することにより、より多くのお客さまの「声」を収集・分析し、環境・商品・接客・サービスなどの向上に活用します。

当社は、中期3か年経営計画において、「地域の生活価値を創造し続ける事業展開」を掲げています。本サービスでのお客さまとのコミュニケーションを通じて、安心感・利便性・快適性を高める商品・サービスを提供し、沿線にお住まいの方々の生活価値を創造し続けていきます。

「KOETOMO」の詳細は別紙の通りです。

【別紙】

1. 名称

「KOETOMO」(こえとも)

お客さまの「こえ」と「とも」にとの思いを込めました。

2. WEB サイト

<http://www.koetomo.jp/>

3. 目的・目指す姿

「KOETOMO」でのお客さまとのコミュニケーションを通じて、安心感・利便性・快適性を高める商品・サービスを提供すること



4. 調査方法

インターネット調査、WEB グループインタビュー、グループインタビュー、郵送調査など

5. 回答・参加に対するインセンティブ

TOKYUポイントなど

6. これまでの実験事例

(1) テーマ

東急ストア オリジナル商品「Tokyu Store PLUS」について

(2) 調査手法

- ・アンケート調査 2012年6月25日(月)～6月30日(土)
- ・グループインタビュー 2012年7月18日(水)

(3) 調査対象者

東急ストアをご利用いただいているTOP & カード会員

(4) 調査活用例

- ・お客さまの声をもとに、新規商品カテゴリーを決定
- ・お客さまの声をもとに、商品パッケージや店頭POPを見直し

7. 入会キャンペーン

2012年12月までにご登録いただいた方にはTOKYUポイント100ポイントプレゼントします。
さらに、抽選でホテルお食事券をプレゼントします。

以 上