

2024年10月31日

博報堂、ロイヤルティプログラムの導入・開発・運用を支援する  
専門横断チーム「HAKUHODO LOYALTY WOW」を発足  
—“ブランド体験のトリガー”としてのロイヤルティプログラム構築を支援—

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂）は、企業・ブランドと顧客の中長期のエンゲージメントを構築し、LTV（顧客生涯価値）を最大化することを目的としたロイヤルティプログラム業務支援の専門横断チーム「HAKUHODO LOYALTY WOW」を新たに発足いたしました。



■経済的なつながりだけでなく、情緒でつながるロイヤルティプログラムを構築する専門横断チーム

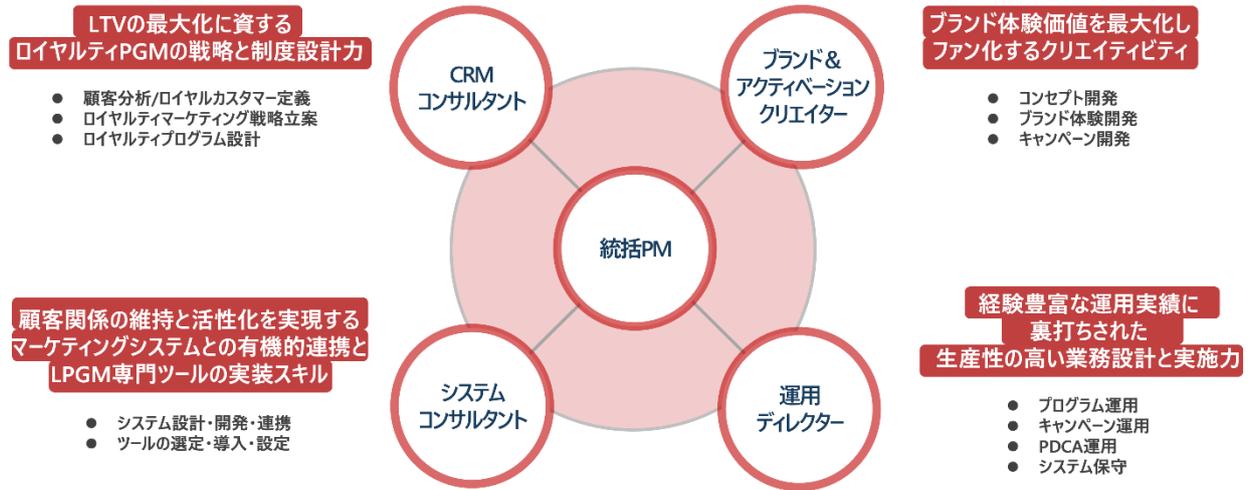
昨今の人口減少、マーケット飽和、情報過多といった環境変化の中で、企業・ブランドが顧客一人ひとりをつながり、関係性を大切にしているロイヤルティプログラムが注目されています。一方、ポイント制度を基軸としたロイヤルティプログラムは既に多く存在し、数年来の“ポイ活”ブームも相まって、生活者や顧客は“還元”や“お得感”といった経済的なベネフィットを重視する傾向にあります。しかし、そのような経済的なつながりのみのロイヤルティプログラムでは、他社・他ブランドとの差別化は困難です。

博報堂ではそのような課題を背景に、経済的なつながりだけでなく、企業・ブランドへの共感や愛着といった情緒でつながる“ブランド体験のトリガー”としてのロイヤルティプログラム構築を支援する博報堂DYグループ横断の専門チーム「HAKUHODO LOYALTY WOW」を発足いたしました。“ブランドらしさ”を体現しつつ、顧客にとって価値あるロイヤルティプログラムを、購買シーンのみならず商品利用シーンや日常シーンにおいて、制度／特典／サービス／コンテンツ／コミュニケーションを通じて実現します。

< 「HAKUHODO LOYALTY WOW」の特長 >

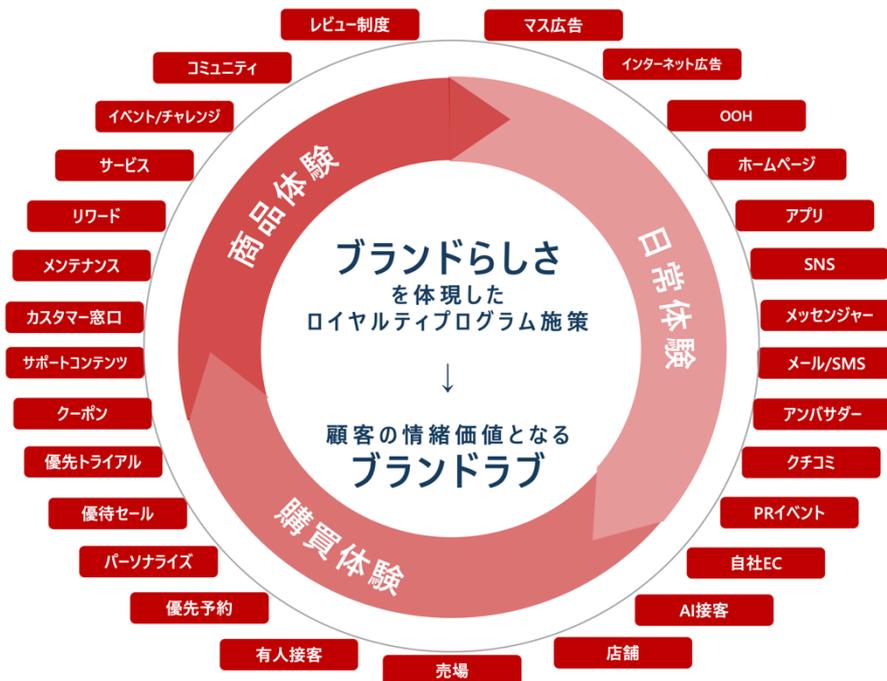
○ロイヤルティプログラムの導入・リニューアルをクリエイターが参画するワンチームで支援  
ロイヤルティプログラムの戦略・設計・開発・運用に対して、博報堂DYグループの各専門家で編成するチームに、ブランドクリエイティブやアクティベーションクリエイティブの実績があるクリエイターが参画します。制度設計・システム開発・運用に求められる品質や信頼を担保しつつ、顧客にプログラムへの積極的な参加を促し、感情を動かす体験のクリエイティブで“ブランドラブ”を醸成するプログラムを実現します。

# ロイヤルティプログラムの戦略・設計・開発・運用を博報堂DYグループのワンチームで支援



## ○“ブランドらしさ”を体現する戦略・設計・開発・運用の一貫したスタンス

顧客が企業・ブランドと情緒でつながるためには、“ブランドらしさ”を具現化するロイヤルティプログラム独自のコンセプトと体験設計が重要です。企業の経営、商品、マーケティングなど、多面的にブランド体験開発を支援してきた博報堂DYグループのメソッドをロイヤルティプログラム開発に応用。プログラムの戦略立案から制度設計・システム開発、運用まで全ての段階において一貫性のあるブランド体験を実現します。



「HAKUHODO LOYALTY WOW」は“ポイントラブをブランドラブに”をコンセプトに掲げ、企業・ブランドと顧客の中長期のエンゲージメント構築とLTVの最大化を目指し、両者が経済と情緒でアクティブにつながるロイヤルティプログラムの推進に関して、さまざまな知識・ノウハウ・ソリューションサービスで企業活動を支援していきます。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 西川 koho.mail@hakuhodo.co.jp