

通信興業新聞

平成19年1月15日(月曜日) (4)

シリーズ 躍動するテレコム企業 ②
「Net Events 2006」から



英サンデーグループのエコノム・メンドワー副社長のスピーチ

新たな事業機会を探る

ARPU増加が焦点に

各社が通信設備をフル活用し、サービスを提供し、収益を上げていく。今回の「Net Events 2006」は、その中でも、ARPU(平均単価)の増加が焦点に据えられている。ARPUの増加は、単に収益を増やすだけでなく、新規顧客の獲得や既存顧客の囲い込みにもつながる。そのため、各社は、ARPUの増加に向けた様々な施策を展開している。

まず、新規顧客の獲得。これは、ARPUを増やすための第一歩である。各社は、様々なマーケティング施策を展開している。例えば、無料体験や割引キャンペーンなど、顧客の興味を惹きつける施策を行っている。また、SNSやブログを活用し、顧客とのコミュニケーションを図り、信頼関係を築いている。これにより、新規顧客の獲得が促進されている。

次に、既存顧客の囲い込み。これは、ARPUを増やすための重要な施策である。各社は、顧客のニーズに応じたサービスを提供し、顧客のロイヤリティを高める施策を行っている。例えば、会員制サービスやパーソナライズされたサービスなど、顧客の価値を高める施策を行っている。また、顧客のフィードバックを積極的に取り入れ、サービスの改善を行っている。これにより、既存顧客の囲い込みが促進されている。

以上のように、各社は、ARPUの増加に向けた様々な施策を展開している。今後も、各社は、ARPUの増加に向けたさらなる取り組みを行うと見られる。

前回と同様、各社が「Net Events 2006」に際して、様々な取り組みを行っている。その中でも、ARPUの増加が焦点に据えられている。ARPUの増加は、単に収益を増やすだけでなく、新規顧客の獲得や既存顧客の囲い込みにもつながる。そのため、各社は、ARPUの増加に向けた様々な施策を展開している。