ービスブラント

43

PiTaPa

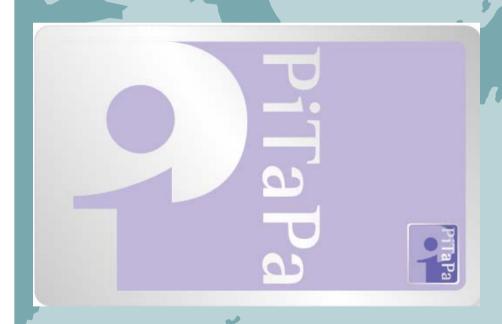
Postpey IC for "Touch and Pay"

「触れるだけで決済できる、後払いIC」

PiTaPa

カード展開例

表示展開例







PiTaPaサービスが利用できるカード(2005.5現在)





PiTaPaベーシックカード





HANA PLUSカード









KOBE PiTaPa

ペルソナHANA PLUSカード

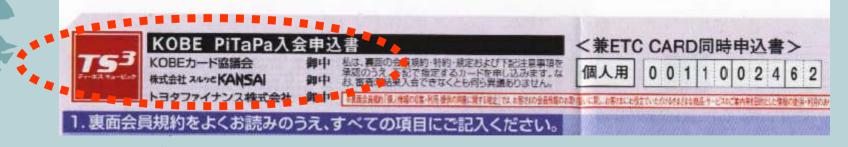
タカラヅカレビューHANA PLUS

御中表記 = 直接契約の重要性

● ETCカードの申込例(DC ホンダCカード ETC)

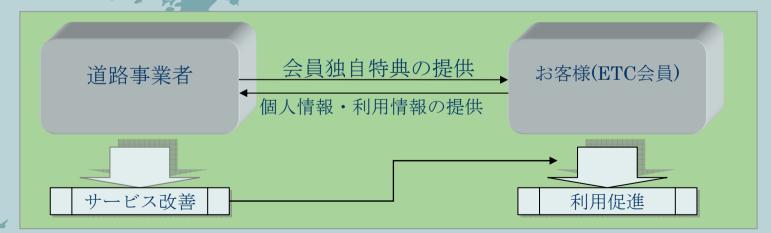


KOBE PiTaPaの申込例



会員制とカード

- 会員制度 = 会員と組織が「契約」
- 契約に基づいた決済 ⇒ 「カード」決済
 - ①組織は個人情報を取得し、経営に活用
 - ②会員は、非会員より有利な特典を得る
- 個人データの活用による、サービス向上と 利用促進



CRMと ワンツーワンマーケティング

 CRM(Customer Relationship Management)により、個々のお客様に最 適化したサービス・商品を提供

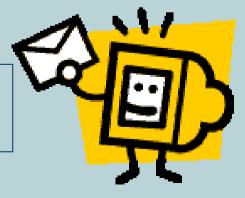
サービス購入の相手ごとに サービス購入の時間・場所ごとに

サービス・価格 を変える

• お客さまごとに、DMや電子メールで直接 広告

例) PiTaPaグーパス

よく使う駅の近くの店の案内を有料で配信



道路事業とCRM

●道路利用は「目的」ではなく、「手段」



- 道路事業者が自ら、カード発行者となり、
- 道路の利用目的とリンクした、道路サービスの提供へ

これからの新しい課題

●鉄道・バスと車の融合

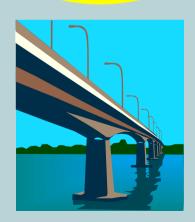






・顧客は両方使う





具体的な方法

ETCとPiTaPaの一体的サービス

・ICカードを媒介としたパーク&ライド

by 駐車場料金との乗継割引

具体的な方法

マイレージ ショップde ポイント ポイント

相互互換

具体的な方法









. 44







このような施策を実施することにより

鉄道・バスと車が融合した

調和のとれた社会が実現する



ご清聴ありがとうございました

横江 友則
yokoe@surutto.com