

コロナ禍を経て、ファンケルが本気で取り組む OMO の実態とは

株式会社 ファンケル通販営業本部 営業企画部 長谷川 敬晃 氏

<プロフィール>



2003 年ファンケル新卒入社。

自社 EC サイト運営やリニューアル、サービスのシステム開発、ツール導入の PM を担当。

マホアプリやマーケティングオートメーションの立ち上げ、外部 EC モールへの公式店出店を主導。

現在は業務を DX 進化させ、あくなき CX 向上のための取り組み、及び直営の通販・店舗のチャネルを融合させた、顧客体験価値の最大化に向けた OMO 推進の業務に従事。

<講演概要>

ファンケルは新型コロナウイルス感染拡大の際、店舗休業に伴ってご来店いただけないお客様や先行きを不安に思われているお客様に寄り添い、お客様との深いつながり「絆」にこだわって施策を行ってきました。

そして今、直営店舗、直営通販を持つ強みを生かして本気で OMO に取り組んでいます。

ファンケルの OMO の実態、狙い、未来構想についてお話しします。