

Title	オンライン・ポイント・プログラムの効果向上に関する研究
Sub Title	
Author	内田 敬介(Uchida, Keisuke) 岡田, 正大
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2000
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2000年度経営学 第1574号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002000-1574

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

論文要旨

所属ゼミ	岡田 研究室	学籍番号	89928138	氏名	内田敬介
(論文題名)					
オンライン・ポイント・プログラムの効果向上に関する研究					
(内容の要旨)					
<p>インターネット上での最新プロモーション手法であるオンライン・ポイント・プログラムを本論文では取り上げ、多くのインターネット小売業者のオンライン販売における高効率のプロモーションを達成するための、そのエッセンス（最も効果的に運用するための要因の組み合わせ）を探ることを本論文の目的とすることにした。</p> <p>オンライン・ポイント・プログラムをテーマとして選んだ背景は、参入障壁が非常に低いインターネット上でのeコマースにおいても、差別化の源泉が必要との発想からその追求のために本研究の調査を開始した。</p> <p>調査方法は、Web 上での電子商取引を主催している代表的な企業を中心に、事例研究のための面談による調査を実施した。事前に設定した仮説に対して、インタビューを中心に明確化することにした。</p> <p>この結果得られたオンライン・ポイント・プログラムを構築するにあたり、最も効果的な要因の組み合わせとしての結論は、「コミュニティの活用度」と「有益情報の提供」が最も重要との判断に至った。</p> <p>本研究の重要な目的の一つに、インターネットビジネスにおける実務家への戦略の提言を行なうことでもあった。よって、オンライン・ポイント・プログラムが、新規顧客の獲得に効果があるのかそれとも既存顧客の維持にどのような効果があるのかが本調査で明らかにし、その結果、最も効率的なモデルを実務家への提言としてまとめることができた。以下にその提言を示す。</p>					
<ul style="list-style-type: none"> ① オンライン・ポイント・プログラムのオープン型とクローズ型の共存化 ② 交換レート設定によるよりオープンなシステムへの転換 					
<p>新規にeコマース市場に参入しようとしている企業にとっては、オンライン・ポイント・プログラムの導入により、時間的にも経済的にも多くのメリットをもたらし、更にその効果的要因の組み合わせを把握できたことは、今後のビジネスのステップの認識においても非常に意義のある研究となった。</p>					