

白馬館デジタルバッジシステムの要件と実現プラン

目的

顧客の登山や宿泊実績に基づいて、オリジナルデジタルバッジを付与し、顧客エンゲージメントを高め、特典やプロモーション効果を提供するシステムを構築します。バッジのコレクションを促し、顧客の行動に応じたステータスを視覚化することで、顧客のモチベーション向上を狙います。

要件1: バッジ付与と取得

要件

- 最大30種類のバッジを提供
- 各バッジは登山や宿泊履歴、顧客の行動に基づいて自動的に付与される
- バッジの取得を顧客の目標とし、コレクションを促進する

目的

- バッジ取得を顧客のモチベーションとし、エンゲージメントを高める

実装方法

- バッジ付与の条件（宿泊履歴や登山実績など）をシステムに定義し、自動的にバッジを付与する
- バッジの自動付与ロジックと顧客プロフィールとの連携を考慮する

工数目安

- 7～10人日

要件2: スキルレベル認定と承認フロー

要件

- 登山や宿泊履歴に基づいて、顧客のスキルレベルを認定
- 特定のバッジ（例: 100名山制覇）に管理者承認が必要

目的

- 顧客のスキルレベルに応じたサービス提供
- 信頼性を高め、リスク管理を促進

実装方法

- 自動付与ロジック: 宿泊・登山履歴に基づいて自動でバッジを付与
- 手動承認フロー: 管理者が条件を確認後、バッジを手動で付与

工数目安

- 10～15人日

要件3: ゲーミフィケーションとSNSシェア機能

要件

- バッジ収集やSNSシェア機能を導入し、顧客の達成感を高める
- SNSシェアによるポイント獲得や特典付与

目的

- バッジのコレクションやシェアを通じて顧客のエンゲージメントを促進
- シェアを通じて新たな顧客獲得

実装方法

- **SNS連携:** Facebook、Twitterなどでバッジをシェアできる機能を追加
- **ポイント付与ロジック:** SNSシェアやバッジ獲得に応じて自動的にポイント付与

工数目安

- 5～8人日

要件4: バッジタイトルによる特典や優遇

要件

- 特定のバッジ所有者に対して、割引や特別ツアー参加権などの特典を提供

目的

- バッジ所有者に特典を提供し、ステータス感を強調する

実装方法

- 特定のバッジ取得条件に基づいて、プロモーションや優遇措置を設定する
- 管理者が手動で特典を追加できるフローの実装

工数目安

- 3～5人日

要件5: バッジのプロフィールページへの表示

要件

- バッジを顧客のプロフィールページに視覚的に表示する
- 獲得済みバッジはフルカラー、未取得バッジはグレースケールで表示する

目的

- バッジの進捗状況を顧客に視覚的に分かりやすく表示し、さらなるエンゲージメントを促進する

実装方法

- バッジ情報を顧客プロフィールに反映するUIを作成し、フロントエンドでバッジ表示ロジックを構築する
- バッジ取得状況を進捗バーやグリッド表示で可視化

工数目安

- 5～7人日

デジタルバッジの分類例

1. 顧客のスキルや属性に関連するバッジ

特徴: 顧客のスキルや資格に基づくバッジ。宿泊履歴では把握できない要素を含む。

例:

- 山岳ガイドバッジ: ガイド資格や経験に基づく
- 登山家バッジ: 特定の山の登頂を達成
- 冒険者バッジ: 高難易度のルートをクリア

付与方法: 管理者の承認が必要。

2. 宿泊や活動履歴に基づくバッジ

特徴: 顧客の宿泊や施設利用履歴に基づいて自動的に付与されるバッジ。

例:

- 白馬7小屋制覇バッジ: 7つの山小屋に宿泊
- 常連バッジ: 特定施設に一定回数以上宿泊
- 長期滞在バッジ: 長期宿泊者向けのバッジ

付与方法: 宿泊履歴を追跡し、自動でバッジを付与。

3. 顧客の達成・アクティビティベースのバッジ

特徴: 顧客の行動や成果に基づいて付与されるバッジ。

例:

- 北アルプス100名山制覇バッジ: 100名山の登頂を達成
- 登頂バッジ: 特定の山の登頂を達成

付与方法: 管理者の承認や、登山アプリやGPSデータを用いた自動付与。

ポイント利用バッジの整理

ポイントを利用するバッジ

1. 宿泊や活動履歴に基づくバッジ

ポイント連動が可能: 宿泊やアクティビティに応じてポイントを獲得し、一定のポイントでバッジを自動付与。

例:

- 常連バッジ: 宿泊ポイントが一定数に達した際に付与
- 長期滞在バッジ: 長期滞在で貯まったポイントに基づいて付与

ポイントを利用しないバッジ

1. 顧客のスキルや属性に関連するバッジ

ポイント不要: 管理者の承認が必要であり、ポイントシステムを利用しない。

例:

- 山岳ガイドバッジ: ガイド資格や経験に基づく
- 登山家バッジ: 特定の山の登頂実績に基づく

合計工数と進行の優先度

合計工数目安

- ・ 39～75人日

進行の優先度

1. 既存エクステンションの導入
 - MageplazaやMirasvitのエクステンションで基本機能を実現
2. カスタム開発の進行
 - 管理者承認フローやスキルレベル認定を並行して開発
3. テストとデバッグ
 - 顧客履歴に基づくバッジの自動付与、SNSシェア機能などを重点的にテスト

最終まとめ

目的達成のための要点

1. エクステンションとカスタム開発の組み合わせ

- Mageplazaのエクステンションを利用しつつ、独自のカスタム開発を実施することで、費用対効果を最大化
- カスタム開発ではバッジの作成と表示、SNSシェア機能、手動承認フローなどを実装

2. デジタルバッジの効果

- 顧客の登山や宿泊の成果を可視化し、エンゲージメントの向上を実現
- ゲーミフィケーションやSNSシェアにより、プロモーション効果を高める

3. 運用と拡張性

- バッジの数や条件を柔軟に設定可能にし、将来的な拡張や新たなプロモーションにも対応できるシステム構築を目指す
- 顧客のプロフィールページでバッジを視覚的に見せることが、システム全体の顧客満足度向上に寄与する

今後のアクションプラン

1. エクステンションの選定と導入

- Mageplazaのエクステンションの機能を精査し、導入手続きを進める

2. カスタム開発の着手

- バッジ表示、SNSシェア、手動承認フローなどのカスタム部分を設計・開発

3. テスト計画の策定

- 顧客履歴に基づく自動バッジ付与のテスト
- SNSシェア機能や承認フローの動作確認

4. システムのローンチとフィードバック

- ローンチ後の顧客フィードバックを元に、細かい機能の改善と運用を行う