

Post Merger Integration 戦略のモニタリング

- 統合は、顧客と従業員の眼にどう映っているか？ -

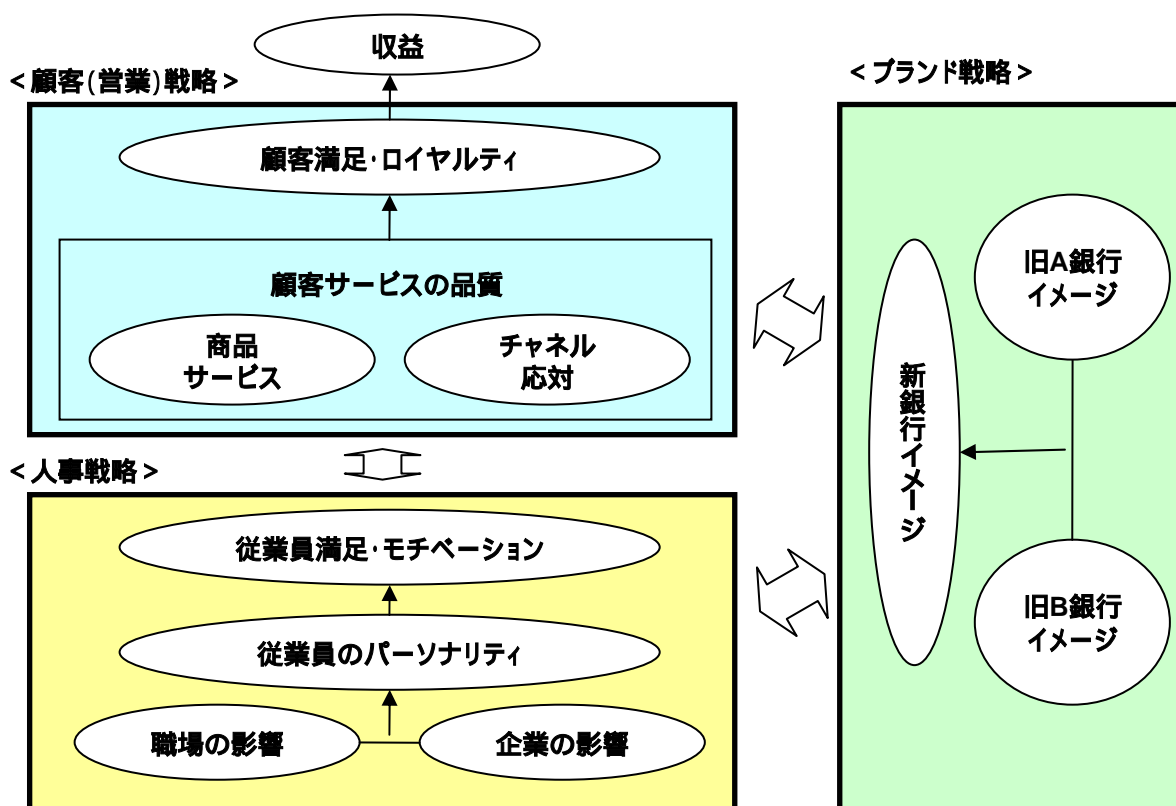
概要

- 異なるカルチャーを有し、異なる顧客層を対象に業務を行ってきた銀行同士の統合には、多大な労力を要します。経営やシステムが統合されただけでは、統合が完了したとは言えません。顧客からも従業員からも、新しい銀行としての戦略やイメージが明確に理解され、評価されてはじめて、統合が成功に導かれることになります。
- 一方、顧客が新しい銀行をどう見ているかは、顧客に聞かなければわかりません。同様に、従業員が新しい銀行をどう見ているかも、従業員に聞かなければわかりません。統合を成功に導くためには、顧客と従業員の意識を定期的に調査・把握することにより、戦略・施策の微調整を行っていく必要があります。

統合企業のマネジメント構造

統合企業のマネジメント構造

新銀行を成功に導くには、顧客戦略・人事戦略・ブランド戦略が同一方向を向いている必要があります。



期待成果

- 新銀行の顧客(営業)戦略・施策が顧客の目にどう映り、満足・ロイヤルティにつながっているかという構造及び、統合後の人事戦略・施策が従業員の目にどう映り、満足・モチベーションにつながっているかという構造を明確にすることにより、顧客(営業)戦略・人事戦略の課題・方向性を提示します。
- 顧客・従業員の旧行に対するイメージが新銀行のブランドに与える影響を把握することにより、対外的、及び、対内的なブランドコミュニケーション戦略の課題・方向性を提示します。