

月刊あずかりくん2010年12月号

通信費0円～
ライトクラウドサービス
データの活かし方講座

ライトクラウドサービスで 売上分析 = 店舗分析

せっかくオンラインでつないでも……

売上の増減に**一喜一憂**しているだけでは何にもなりません。

- ライトクラウドサービスの帳票はカスタマイズできるのが特徴です。
- ちょっと工夫するだけで、「**どんなお店なのか**」が見えてきますね。

よくある項目

店舗	売上	昨対売上	客数	点数
001 本店	342,648	77.3%	261	894
002 西店	1,533,334	88.8%	1,256	4,115
003 北店	494,230	75.1%	392	1,391
合計(3件)	2,370,212	83.8%	1,909	6,400

一工夫した項目

Y売上構成比	サービス率	付加価値ドライ比率
9.0%	16.3%	2.8%
12.9%	17.3%	2.4%
15.9%	18.9%	1.2%
12.8%	17.4%	2.2%

付加価値品 ÷ ドライ売上

✓このお店はYシャツが多めで、あまり付加価値品が取れていないようです。

お店の傾向が分かれば、対策も立てやすくなります。

固定客を増やすには、 まず現状を把握しましょう。

お客様の登録数と、実態が合っていないお店がほとんどですよね。
では、お店にどれだけの「**生きたお客様**」がいるのでしょうか？
カード会員数集計でその疑問に一瞬でお答えしましょう！

カード会員数集計

店舗	自店舗 カード会員	他店舗 カード会員	3ヶ月 来店会員数	3ヶ月 来店会員率	12ヶ月 来店会員数	12ヶ月 来店会員率	来店率 3ヶ月/12ヶ月
001 本店	679	0	281	0.41	451	0.66	0.62
002 西店	4,824	0	1,100	0.23	1,838	0.38	0.60
003 北店	713	0	301	0.42	484	0.68	0.62
合計(3件)	6,216	0	1,682	0.27	2,773	0.45	0.61

3ヶ月間の来店率と12ヶ月間の来店率を比べれば、
より正確に店舗の状況がわかります。

どれだけお客様の支持を得られているのか。店舗改革はここから始まります。

店頭販促のススメ

店舗で活躍する、あずかりくんのCS情報。

「好みの仕上げ方」といったお客様情報をメモしておける便利な機能です。ライトクラウドサービスでは、本部からレジのCS情報に直接書き込みができます。それを店頭販促に利用してみましょう。

例えば、

「スーツは出るが、ネクタイが出ないお客様」



CS情報	ネクタイどうされてます?って聞いて下さい	2010/11/28
	スーツのみ	2010/ 9/22

こんなCS情報を入れます。

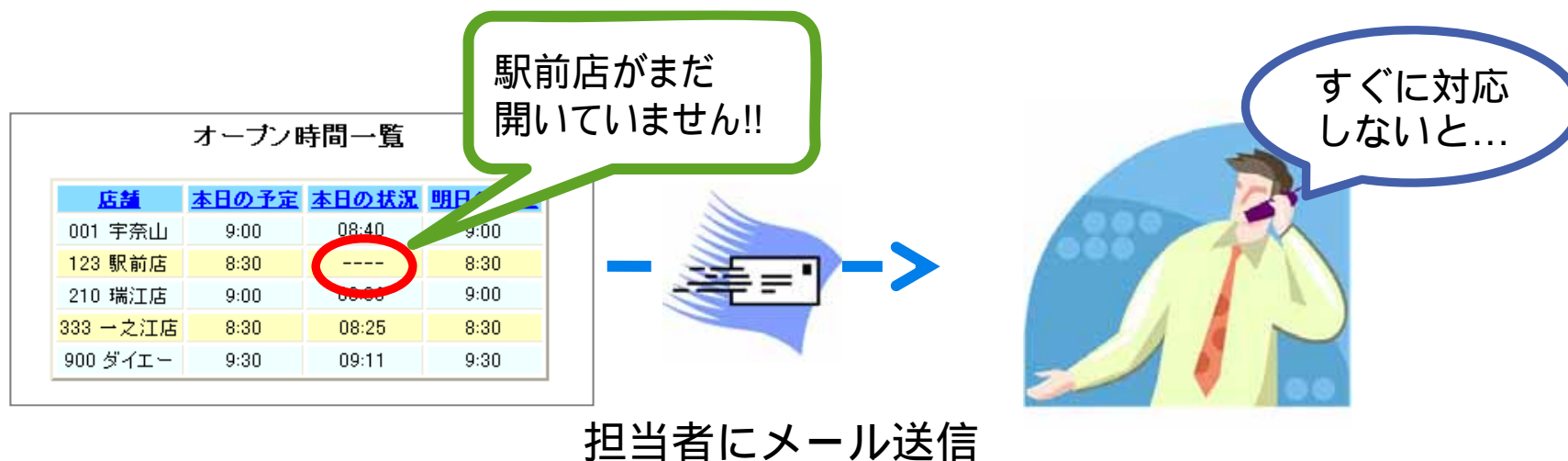
実は、ネクタイを洗えることを知らないお客様も多くいます。それを分かって頂くだけで十分な販促になりますよね。

CS情報を利用した店頭販促は、ターゲットのお客様に直接届くのがミソです。

いつも決まった時間に営業開始！

当たり前のことですが、なかなか完全にはいかないものです。
そこで、ライトクラウドサービスの**開店管理**（オプション）を利用して
みましょう。

予定時間に開いていない店舗があると、E-メールで担当者に伝えます。



万が一のことなので、活躍しないで欲しい機能ですが、
お客様やスーパーからの苦情の前に、早く事態に対処できます。