

# 月刊あずかりくん 2011年6月号



来店客数を増やす顧客分析

# 売上 会員数？

- ◎ 売上を考える上で、大きな要素の一つがお店の会員数です。そこで、お客さまの現在の状況に合わせたアプローチをしてみませんか？
- ◎ 手始めに、現在のお客さまの来店状況を把握してみましょう。

店舗	自店舗 カード会員	他店舗 カード会員	1ヶ月 来店会員数	1ヶ月 来店会員率
001 本店	696	0	197	0.28
002 西店	4,948	0	808	0.16
003 北店	751	0	177	0.24
合計(3件)	6,395	0	1,182	0.18

1ヶ月間に来店された会員の割合です。この数値をアップすることが売上アップにつながります！

# 最近、来られていないお客さまに アプローチして、来店率アップ

- ◎ まずは、一ヶ月や三ヶ月といった期間、来店されていないお客さまにアプローチして、来店率アップを図りましょう。ご来店を促すダイレクトメールを出してみませんか？

## 疎遠客

項目を設定して「画面表示」又は「CSV出力」又は「CS情報書込」又は「DM出力」又は「印刷」

店舗コード	▶	(全店舗)	▼																	
誕生月	▶	全て	▼																	
会員絞り込み	▶	しない	▼																	
会員有効期限	▶	-	▼	年	-	▼	月	-	▼	日	~	-	▼	年	-	▼	月	-	▼	日
最終来店日	▶	2011	▼	年	2	▼	月	1	▼	日	~	2011	▼	年	4	▼	月	30	▼	日
連絡先表示	▶	しない	▼																	
属性表示	▶	しない	▼	「する」を選択すると、																
表示件数	▶		件数を絞り込む場合																	

最終来店日の  
前後の期間を  
指定するとより  
効果的です

抽出結果を  
そのまま  
カンタン印刷

画面表示

CSV出力

CS情報書込

DM出力

# 売り上げを作っているお客さまの 来店回数をしっかり把握

- ◎ 次に、よく来ていただいているお客さまの来店傾向を見てみましょう。売上を作っているお客さまの来店回数を把握することで次の手が打ちやすくなります。
- ◎ 特に売上上位のお客さまに対しては、本部主導で定期的なフォローをしておきたいですね。

売上上位 30名程度のお客さまの来店傾向を定期的にチェックしてみてはいかがでしょうか？

## 顧客動向分析

客氏名	回数 7月	回数 8月	回数 9月	回数 10月	回数 11月	回数 12月	回数 1月	回数 2月	回数 3月	回数 4月	回数 5月	回数 6月	売上合 計	回数 合計	
大田 明	9	9	7	9	9	9	9	8	9	9	9	9	341,250	105	
まゆみ	8	6	6	6	8	6	7	5	6	7	5	7	201,680	77	
鈴木 高	9	9	8	8	9	9	7	6	7	8	9	9	164,430	98	
田 智美	6	4	4	4	5	5	6	4	4	5			156,445	47	
宮 克美	22	17	12	18	16	18	19	17	15		18	20	133,964	209	
島 より子	8	6	6										6	130,362	70
山 晴美	2	1	1										2	120,505	41

先月から来店されていない売上上位のお客さまです。お店に理由を確認してみましょう

# まだ見ぬお客さまへ

- ◎ 引越しなどによる顧客の自然減に対応するために、効率よく新規のお客さまを集めたいものです。それには、「マッピング」が有効です。地域ごとのお客さまの分布やカバー率などを絵で見られるので、ポスティングで仕掛けるエリアがおのずと見えます。

新規開拓でポスティングをする際、会社案内やクリーニングの豆知識などの情報を入れるとより効果的です！

このように顧客を店舗ごとに色分けすると、導線が見えたり、弱いエリアが浮かび上がってきます。

