

月刊あずかりくん 2019年5月号

まだ間に合う！
クラウドだから
見える状況・打てる対策がある！



この状況、ウチだけ？



うーん、今年は荷物の集まりが少ないな・・・

気候の影響？

他店に流れた？

セールが
ハマらなかった？

そんな時！

ライトの景気動向分析を活用！

景気動向分析は、クラウドサービスの賛同ユーザー様のデータを元にした統計グラフなので、『クリーニング業界の傾向』と自社の数字を比較できます！

ユーザー統計

自社指数

3月

4月

3月後半から
急降下 ↓

他社も数字が落ちて
るってことは、
まだお客様が出して
ないだけかも！



次は、自社の**要因**を見ていきます！



どの商品を集めようかな？

出てない商品を確認していきましょう！

商品分類売上

去年の3月～4月と比較

商品分類名	売上	売上差▲	対比
コート類	1,488,503	-510,276	74.5%
ニット類	440,013	-125,395	77.1%
婦人物	578,591	-97,970	85.0%
合計	2,507,107	-733,641	71.0%

売上差を見れば、
対策すべき商品が
浮き彫りに！



去年の同じ時期と
比べ思った以上に
コートが出てないな



ここまで出てないなら、
まだ集められる！さっ
そく手を打たなきゃ！

今までの感覚に加え、**数字の裏付け**を元に次の一手を打てます！

対策 1

コートを出してない方には

STEP 1 来店してるのにコートを出してない方を抽出

まずは、コートを出してない人をピックアップしてみよう！



顧客分析

1

来店している

かつ！

2

コートを出してない

抽出！



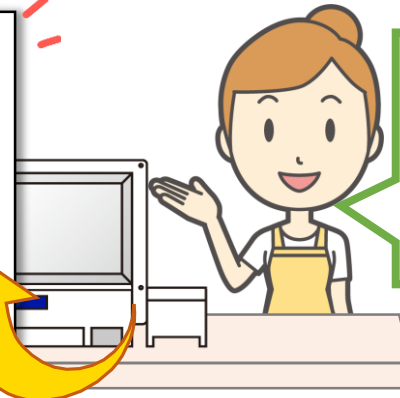
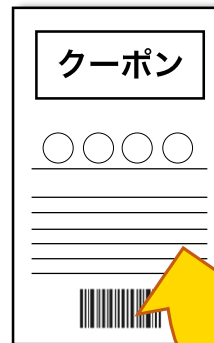
ターゲット

STEP 2

対象顧客へ来店時クーポンを配信！

アプローチ方法は…

来店があるお客様だから、来店時のクーポン発行がコスパ◎だな！



対象のお客様の受付時に自動発行のクーポンでお声掛け！

対策 2

来店のないお客様には？

STEP 1 この繁忙期に来店のない顧客の抽出

春のDMは配ったものの、まだ来られていない方にも来てもらわないと！



顧客
分析

繁忙期に
来てない群

年間売上
1万円以上

ターゲットは
ココ！

STEP 2 抽出したお客様に追いDMで来店促進！

アプローチ方法は…

未来店顧客に
コートを持ってきて
もらう為には
DMだな！



前回、割引では
響かなかったから
「保管」をアピール
してみよう！

