

口コミを発生させる3つのポイント

ご存知ですか?

- ★ 売上げの8割は2割のリピーター客から生まれる
- ★ 口コミや紹介で来店したお客様がリピートになりやすい

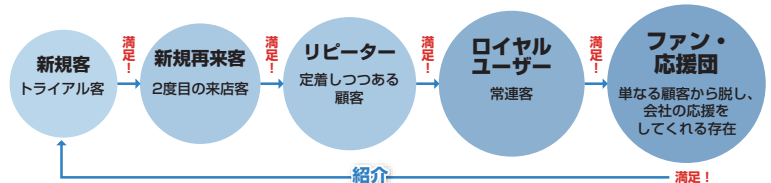
ここで分かることが、顧客のリピーター率を高める施策を行なうことが非常に重要だということです。

では、どうしたら口コミが発生するのでしょうか?

今回の押さえておきたいポイントは…

- ① 商品
- ② 人物
- ③ 物語!

ファン・応援団が新規客を連れてくる



実は口コミというのは自動発生的におこるのではなく、店舗側から仕掛けることによって起こるのです。

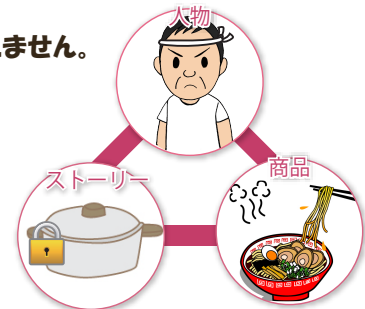
実は、ある住宅街にラーメン屋さんがあり、そのメニューは「おいしいラーメン(メニュー名)」の一つだけ。にも関わらず、そのラーメン屋さんにはリピート客でいつもいっぱい。

その「おいしいラーメン」が売りとしているのは「飲んだら病みつきになってしまうあっさりスープ」ですが、本当に一口飲むと、もう一口、もう一口と夢中になって飲んでしまうくらいとても美味しいスープなのです。

しかし、その店主の親父さんは変わっていて、ほとんど何もしゃべってくれません。それに加え、秘伝のスープは店主の自宅で作られ、お店に輸送される際には、スープの蓋には南京錠をつけているそう。

「おいしいラーメン」について何一つ教えてくれないその偏屈な性格からか、一時期は、現金輸送車でスープを運んでいたというような逸話まで生まれるほど評判になりました。

そんな話を聞くと一度足を運んでみたくなりませんか?



この3つをポイントとした法則を「ブランディング」といいます。

ここでの3つのポイント

ここでは、商品 = おいしいラーメン、人物 = 寡黙な親父さん、物語(ストーリー) = 現金輸送車となります。

この3つのポイントが揃うと、人はつつい他人に話したくなりますし、世の中の口コミされるお店や商品の多くは時代に関係なくこの法則が当てはまります。あなたもこの法則を利用してみてはいかがでしょうか?

顧客管理ソフトは、様々な業種の方々にご利用頂いております。

サポートダイヤルでは、お客様からのご要望に応じて、ご提案を行っております。お気軽にお電話を頂き、今のお悩みをご相談下さい。また、成功談も募集しております♪