

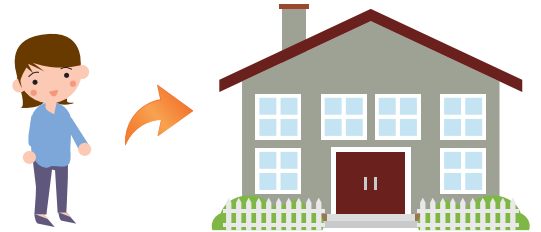
ロイヤル化を実現するコミュニケーション

会員ロイヤル化に必要な不可欠な三大要素

新規のお客様で会員獲得に繋がった次には、次回の来店に繋げる促進を行います。

まずお客様の3か月の来店パターンを把握することが大切です。お客様の来店パターンを把握することによって、長期的な施策が可能となります。まずお客様の下記の情報を把握しましょう。

- ① 来店の周期性
- ② 来店頻度
- ③ 単価



この情報を把握するだけでお客様一人一人にあった提案でアプローチができます。

つまりお客様の履歴と売上で総合的に分析し、分析結果が近い会員をグループ化、それぞれの取り組み内容を変えることができるのです。

IPmobileではお客様の履歴を元に上記の3つの分析が出来るので、お客様の行動パターンをしっかりと把握し、アプローチをかける戦略を事前に練りましょう。それこそがお客様をロイヤル化する近道となります。

ではどのようなポイントを重要視すればいいのでしょうか？

- ① お客様にとって本当に価値ある情報を、受け取りやすいカタチでお届けする
- ② お客様が求める商品・サービスを提供する

お客様によってそれぞれ求めている情報は違ってきます。お客様のニーズから離れた情報ではお客様の興味は薄れてしまいます。

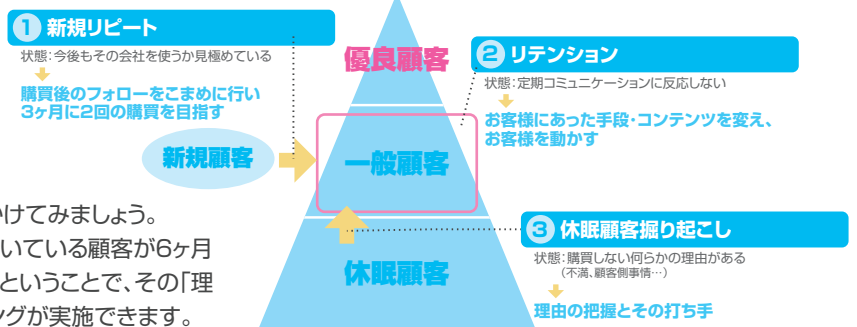
統計結果から出たアプローチ方式でまずお客様の視線を店舗様に向け、お店に興味を持ってもらいましょう。

そして、お客様のファン化=既存顧客のロイヤル化を狙いましょう。

会員ロイヤル化に必要な不可欠な三大要素

しばらくご来店のないお客様に対してロイヤル化のアプローチをかける為には店舗様から離れて行ってしまった理由を把握することです。

- ① なぜ、顧客が来店しないのかを発見する
- ② 休眠客の現在の状態を調べる
- ③ 接触する



この三段階を用いて再来店をして頂けるようアプローチをかけてみましょう。

一度購入いただいた顧客、もしくはすでに複数回購入いただいている顧客が6ヶ月間も購買から離れているには、なんらかの「理由」があるはずということで、その「理由」を、IPmobileではアンケートという形でお客様にヒアリングが実施できます。

**お客様を把握し、お客様に合わせたコミュニケーションをすることで
休眠顧客を掘り起こし、次の購買促進へとつなげることが大切です。**

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♪