

経済不況にも負けない!! 販促のすすめ

陥りやすい「開店バブル」の落とし穴とは

アベノミクスと「隠れ倒産」の深〜い関係

アベノミクス第三の矢である「成長戦略」が本格始動したことから日本の景気が回復に向かってきている一方で、「隠れ倒産」が増え続けていることをご存じでしょうか。

東京商工リサーチ発表の2014年5月時点での企業倒産件数は834件(前年同月比20.2%減)。このことを考慮しますと、確かに日本経済が上向きになっていることを伺うこともできます。

ともありながら、残念ながらすべての企業で景気が良くなってきているとは限りません。

「隠れ倒産」は「倒産」の数にカウントされないことから見落とされてしまいがちですが、売り上げ低迷やお店の事情(内部事情)から自主廃業してしまった場合を指します。

一方「倒産」とは、銀行からの融資が受けられなくなったり、取引先に代金を支払えなくなってしまう”やむを得ず(外部事情)”お店を閉める場合を指しています。アベノミクスの「成長戦略」により倒産を免れたという店舗や企業もあることから、倒産件数が減ってきていることにも納得できます。

”新規<リピーター>”?

ちなみに、こうした「隠れ倒産」を含めた店舗の廃業率について、国税庁発表の統計によると5年以内の廃業率はなんと85パーセント。つまり約9割の店舗(大・中小零細企業問わず)が廃業に追い込まれているということ。

起業から間もなく自主廃業に追い込まれてしまう店舗の多くは「集客」に失敗していると言われています。

当然、魚のいない川で釣りをしたところで目当ての魚は手に入りませんが、何もこうした見間違いから廃業してしまう店舗ばかりではありません。「開店から1~2ヶ月の間は順調だったのに、3ヶ月を過ぎた頃から客足がだんだんと減ってきた…」、といった店舗も少なくないのです。

また、こうした開店直後の異常な程の忙しさを『開店バブル』と言う人もいます。

店舗を構える以上、限られたエリアでより多くのお客さまを獲得しなくてはなりません。新規のお客さまを集めることばかりに気を取られてしまう前に、今、お店を利用してくださっているお客さまといかに長くお付き合いできるかが店舗存続の命運を決める分かれ道となるのかもしれない。

ダイレクト! タイムリー! ステップメールを活用しよう

➤ ステップメール 設定 GO ▶▶

ステップメールの送信日時、内容を設定します。

No	季節設定	スケジュール		
1	<input checked="" type="radio"/> しない <input type="radio"/> する	日付指定 ▼	□ 日後 ▼	件名: エスケイ美容室です! 変更 削除

ステップメールはお客様満足度UPの強い味方です!

<活用例>

- ① 飲食店様で…
「日付指定○日後×来店回数」を設定でアフターフォローを強化!
- ② 理美容室・エステ・マッサージ店様で…
「来店周期×最終利用技能」に合わせて再来店を誘導!
- ③ 保険診療を扱う接骨院・治療院様で…
「日付指定30日後」に設定で保険証提示をアナウンス!

などなど



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♪