

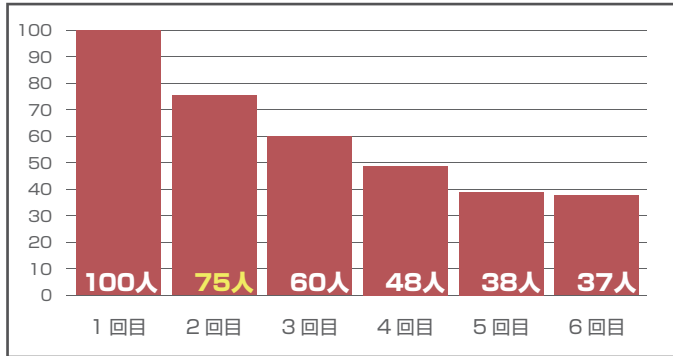
## 経営のカギとなるリピート率

### オーナーも知らない!? リピート率

#### 意外と低いリピート率 ~違いは2回目の来店で見られる~

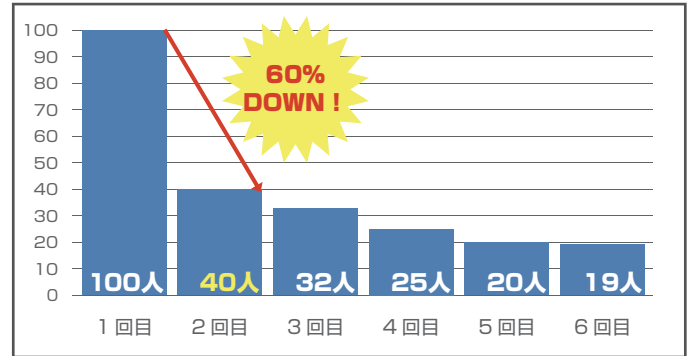
ひと月に100名の来店があるお店の場合、通常の店舗と比較すると、リピート率の高い店舗の平均は**6回目来店までで実に122人分もの差がついている**こととなります。(客単価4,000円なら、約50万円の違い!!)これを、**毎月繰り返していくと、そのコストは膨大な差になってくる**ことが容易に想像できますね!

①リピート率の高い店舗



100+75+60+48+38+37=358人(延べ)の来店

②平均的なリピート率の店舗



100+40+32+25+20+19=236人(延べ)の来店

#### 比較してみると、結構すごい。リピート率で差。

先ほどの統計を比較すると…

$$358人 - 236人 = 122人$$

仮に客単価が4,000円の店舗で計算すると…

$$143万円 - 94万円 = 49万円$$

たったひと月の新規来店だけで将来的にここまで差が出てしまう

### 2回目に来店しない、意外な理由

#### お客様は、『なんとなく』来ないだけだった…。

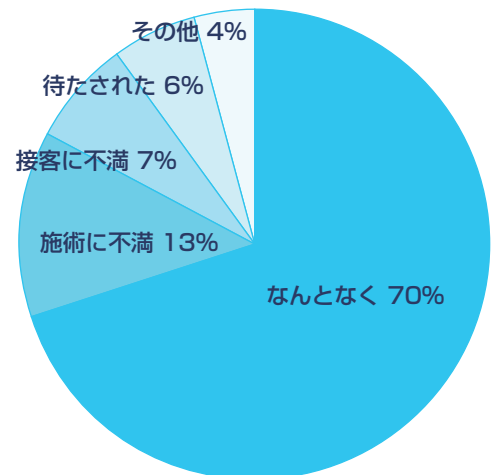
一見、意外に見えますが考えてみると誰にも経験のある理由が実は、来店しない理由のダントツ1位をゲット。その理由は『なんとなく』。特に不満もないのだが、**2回目来店するためのきっかけや、決め手がない**。たしかに、**第一印象が強烈に残らないと、きっかけがない限りこちらから(お客様から)アプローチするのは中々考えにくい**ですね。

#### ■不満がなければリピートへの誘導は可能。

リピートの理由の多くが『なんとなく』であれば**リピートをさせていくことは、可能**はず。取材では、リピートを上手く増やしている店舗には共通点があるとのこと。

1. お客様目線の満足されるお店づくりを実践していること。
2. お客様の来店するきっかけ作りができる店舗であること。

店舗を経営する以上、1は当然。しかし、2が苦手な店舗が多いとのこと。2を行うには、**頻繁な情報発信が必須**。『手書きのDMや、メールを上手に活用しているお店はリピートが多く、またスタッフの店舗の経営を考える意識が高まりやすいです。』というお話も。



※数字は、取材に応じて下さった店舗の一例です。全てのお客様に当てはまるわけではありません。

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♪