

客単価UPで売り上げUP

いま、日本は低価格競争の時代だと言われています。「安くなければ売れない」というのが常識です。多くの経営者が値上げや、割引の廃止で既存客が流出するのではないかと心配します。しかし、**値上げする理由と値上げ後に付加価値**をつければ問題ありません。

売上をUPする3つの方法

- 客数を増やす
- 客単価を増やす
- 来店回数を増やす

ある小さな電器店の成功事例

先日、テレビで東京都町田市の電器店の話が取り上げられていました。年商16億円ぐらいで地域密着で商売を行なっていたが、大手量販店が次々と出店してきて、既存のお客様をどんどんとられてしまいました。

あえて値上げをするという戦略

小さな電器店では、大手量販店のように大量仕入れができない為、価格ではまったく勝負になりません。なので多くのお客様は同じ製品を安く購入できる、大手量販店に行ってしまうのです。あなたも同じような悩みを抱えているではありませんか? こんな時あなたならどうしますか? この会社はあえて「値上げ」を行なうことにしました。社員を守るためにも値上げすることで利益を確保しなければなりません。しかし、ただ値上げするだけではお客様は離れていってしまいます。そこで、**徹底的に付加価値**をつけることを考えました。

付加価値に欠かせない「ターゲットの絞り込み」

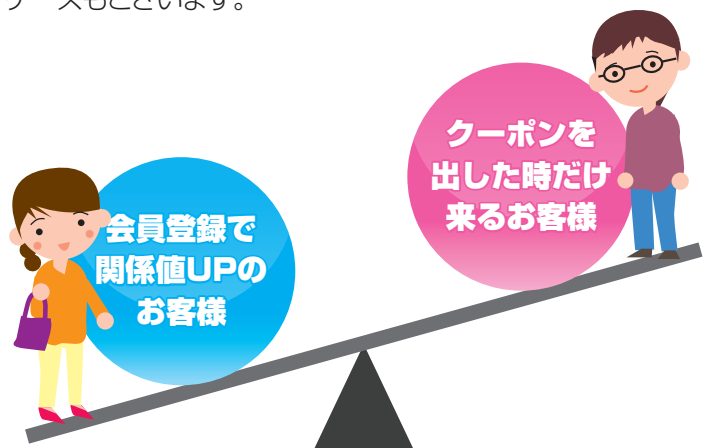
顧客台帳を分析すると、多くのお客様が大手量販店に流れていくのに、お年寄りには大手量販店に行く割合が低いのが分かりました。なぜでしょう? それは、「困ったときに駆けつけてくれる修理サービス」に魅力を感じているからです。そこでこの会社では**顧客ターゲットをお年寄りに絞ること、修理サービスを強化**して、買い物でも水撒きでもお客様が困ったことを解決する便利屋サービスを提供することにしました。ターゲットを絞り、お客様が求めている便利屋サービスを提供することでお客様との信頼関係を深まってきました。**お客様にとって少々の価格差ではビクともしない存在**になっていったのです。

IPmobileで築き上げた信頼が次の売上につながる!

IPmobileでは、来店されたお客様を会員登録へと導き、そのお客様に合ったピンポイントのメールを配信することでお客様との信頼関係が築けます。

サービス内容や性別でターゲットを抽出することにより必要な方だけのクーポン配布が可能!! 安定したお客様には無駄な割引をせず、さらに、単価をあげる仕組みを作り出すことも可能です。

また、紙ではない携帯電話のアンケート機能を屈指し、お客様からお店の弱点を本音でヒアリングすることができます。(※紙アンケートではスタッフを気遣い本音を言うことができません) その声を敏感に反応し改善することで苦情が成功に繋がるケースもございます。



IPmobileのカルテ機能やアンケート機能を使い情報収集をして お客様と密な関係を築いていきましょう。

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♪