

## No. 7 顧客管理リスト活用法

かなりの店では、ポイントカードを活用して、固定客の確保をしているところが非常に多いと思います。私のクライアント先でもほとんどの店が活用しています。

そして、そのカードのポイントがいっぱいになると、住所・氏名・誕生日・結婚記念日 等々、お客様に記入してもらい、プレゼントなり、500円、1000円の値引きをしてお客様に還元しているはず。



ある時私は、クライアントに「ポイントカードに記入してもらった、顧客情報は、どのように活用しているのですか？」と聞いてみました。

すると、全く活用していないという返事が返ってきました。

良く話を聞いていると、以前に、ハガキで誕生日祝いのDMを送ったが大した反応も無かったので、止めてしまったというのです。

そして相変わらず、チラシにお金をかけて各イベント事に、新聞折込みで告知しているという現状でした。

ポイントカードが貯まったという顧客は、固定客になる訳です。その固定客に対して年に1回の誕生日であったり、結婚記念日であったり、母の日、父の日等のお祝いに、特別な気持ちを贈る事は相手を喜ばす大きな印象付けとなるのです。

また、お誕生日はその人だけでなく、その人の周りに、一緒にお祝いしてくれる人々が沢山存在するはずで



あるレストランで、来月の誕生日として登録している固定客100名に、携帯電話メールにて、お祝いのメッセージと誕生日内に来店した本人様には、お好きなメニューの中から、一品サービスするという案内を出したら、そのメールから100名の来店客があったそうです。

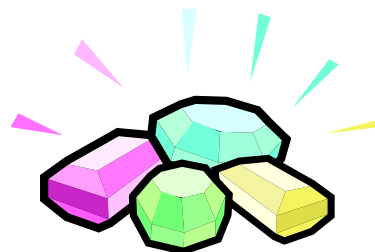
つまり、100名のメール配信をして3割の顧客が反応したとして、その3割の顧客が、友人達を呼んで、そこでお祝いをする事により、結局100名の集客が見込めたということです。

これは、DMハガキでも同じことが言えます。ただ、これらのやり方も、継続的に実施しなければ、効果はありません。

更にある洋菓子店では、1年に1回の誕生日だからということで、5号のケーキでも、顧客のわがままを聞いてしまう、つまり、顧客の要望に応じて、1年に1回だけそのわがままを聞いてしまうことで、非常に口コミとして広がったと言う事です。

どこの店でも、同じような値引きで対応するのではなく、【あなただけのため】のサービスが、今後の大きな展開に繋がっていくわけです。

またある宝石店では、15坪の店で1日5000万円の売上を作った事例もあります。これは、顧客リストから、上得意の顧客を選択し、その顧客だけに、DMを送り、そこに、【同伴件】もつけて郵送し、新規の顧客も取り込みながら、5000万円の売上を上げた訳です。



女性は、一人で買い物をするより、誰かと一緒に行きたいと思うものです。その気持ちをすかさず取り入れて、【同伴件】として同じく郵送することにより、当初の300名の顧客を倍に増やすことができたということです。

これも、すべて、顧客リストの活用から生まれたもの。各顧客の層別の戦略を練ることは非常に大きな成果へとつながります。

是非、あなたもこれを読んだら、実践してみてください。

あとは、1回実施で成果がでないからとあきらめるのではなく、その反省からもっと成果を出す為の方法を工夫するのです。

生きているうちに、知恵は惜しみなく使いましょう。