

SK通信 鈴木様、藤本様、井上様

H22.1.28

- お世話には、之がります。エバーリング・ケティング・Y-L導入はまだ「アド」であります。送った用紙
には書きました。二の用紙で「お願ひします。(承)
- 先日、TELでモルタル館にて事と重複するところもありました。お見込み報告です。
- H21.10.28 = IPモバイル導入後、今月迄3ヶ月となりました。
H22.1.28 現在

«会員登録数» 527名 «会員アクセス数» 7187件 です。

H21.12月中旬から新規会員登録数は低迷してましたが、今も出で少數で新規会員はあります。
ただ、非会員ページのアクセス数は今年からかなり伸びていると感じます。毎年2/12、アクセス数が
多い日と違う日、大体X-L取扱をした日に集中していたのですが、多くは会員登録されてる人に見え
もります。まだ登録されたない人に見てもらう方が重要な気がしたのです。今年は人気で、店内の紹介POPを
作り直しました。次、もろん販売オフィスでも同じように…。

«新規会員登録及びアクセス数上昇への対策と傾向»

① 店内POPによる紹介

- X-L店は見る看板や見立物ばかり。目に付くPDTはPOPを放しです。今回新しく作成した
POPは、毎月行って期間限定X-Lや期間限定企画を実施し、会員にならぬ時の半券
や、内券も一緒に表示してあります。それが「会員登録への流れを説明します」、アクセス数が
上昇したヒントになります。今はこれが新規会員GETにつながる手始めはありませんが、
アクセスする車は、「なまかず」お客様が興味を持ててくれます。例え、当日登録してもら
うと、後日登録にもう少し可能性があり、もし登録までつながるかと、「みの店は二人募集で
やっさんと印象を受けた車が出来ます」、車両をうながす結果はなまかず「迷ふと思」います。

② ターゲット客層

- 当店のターゲットは主婦層の女性です。多く集まるのは「アラカルト」。若草柄や高い時間帯は
会員登録を低迷させます。一方で、忙い時はセミVIPあります。POPでは特に、ランチX-L店は
会員登録している車、今これが会員登録が多い車、一切お金がかかるない車を表記しています。
入会特典も「アビス20%OFF」(当店は入会時10%OFF) あれこれ詳しく芦井けはしません。
「もしよろしけたらどうぞお立ち寄りください」と声掛けです。お車の方は「アビス20%OFF」に食いつぶく車の方

③ 入会特典の対象者 17%~7%会員に設定する

- 入会特典は、入会した人だけではなく、17%~7%会員を対象にしていました。大人数で来店され、また1人以上
登録してもらえないかと湯呑、横浜市にはなりますが、予供やみ手荷物は携帯を持たない場合もあるし、
若い人でも次回登録してもらえないか良いですね。前回お連れ様が登録して10%OFF、今回その人が
登録して10%OFF、その後はまた他のお連れ様が登録して10%OFFとなり、登録の流れが複雑、となる。

- 毎回毎回 10% OFF の「X-1ル」が販売されています。これは同店を常客としている方元に販売されています。ちなみに、この X-1ルにはロゴマークが付いています。お得な情報や食事の条件等そのお邊り様を有効的に販売を増やすためです。当店の食事（O.S.E）が、同じ会社の人には「おでかけでこんな事やってる」と言えます。そのため、その在人の方が当店にて食事になりますと喜んでくれました。
- 自分がまだ開業する前に働いていた店のオーナーはよく言われた事ですが、「積み得られるのは何より重要です。今はそれが何よりも大切です。」

« X-1ル作成と販売、タイミング »

- X-1ル作成はついで**
 - ・ 今からやめて、既にアリの X-1ル作成をいつ掛けています。複数枚あります。長文あります。改行と段落にはやけに気をつけます。自分で届いたら食いつぶやかれていた場合はしないです。
- 販売倍率のタイミング**
 - ・ どの時間帯か、どの曜日か、月始めか、月末かなど。その X-1ルの内容によると販売倍率のタイミングを組んでいます。また 1ヶ月ごとに有効期限をいつまでに設定されるかも、期間の併用や各店舗の給料目などを予想して決めます。
- 食事を優先した情報配信**
 - ・ 何れおからせ車や新企画であります。当店店内のPOPを貼り出しますが、一般的のお客様用の貼り出し A4 前に先行して会員へ X-1ル配信します。「食事専用特別」と「優先」「先行」と書かれています。やはり顧客層は人にはいませんが、少し難しい方や「私は食事にする」という流れを作ります。

« 例文: X-1ルの内容 »

- 会員登録料金、サービス料金**
 - ・ 1つの X-1ルはそれなりサービス料金はしません。1つ X-1ルには 1つサービス料金で販売しています。B 100円 + 10% OFF で C 100円 + 10% OFF のサービス料金を支払う必要があります。A の場合 10% OFF 、B は 100円割引、C は 100円 + 10% OFF のサービス料金。また料金も貰いやすくなります。
- 大幅料金引下げはしない**
 - ・ B 100円 + 10% OFF のときに情報販売などを見つけ、受け取らざん。その時に A 10% OFF が適用されることは「複数のもので良い限りOK」、1回でも、またやがて何回か「お客様が別個で購入するので...」また人件費も大きい上昇するので、そういうのにまだいい状態になります。販売時間と販売は統合されています。販売額を上げるのも限界があるのです。今は入力ツールを複数の内訳の分離クーポンを販売しています。

「XLマガジンの実験結果」

- ・ 情報販売などの「ケーブルTV有効期限は 前月25日～当月末日まで」の「35日間」など、同じ期間でデータを計測した。以下の通り。

- ① 期間 11/25～12/31 (内営業日 33日)
- ② 会員数 74名 (当時の会員数は 270人 280名くらいだったと記憶)
- ③ 落ち着き度数 190名 (来店された会員と、その連れ様を含めた来客数)
- ④ 総来客数 約250名 (一般のお客様 + 食事・滞泊来客数を含めた来客数)

* このXLマガジンは「主に対象の物です。モード7セティアの来客数に入れてません。

- ⑤ 挿算売上 的 利用 (XLマガジンをご利用された方の売上)
- * 料金は人件費(もろんあり)と機器料金とでは もろくないのですが、費用対効果はあります。

- ・ 今現在 内容を変更した短期間のXLマガジンを複数して販売。今後はそれを併設せん。XLの内装や、その季節によってかなり来場回遊してくれる可能性。何が受け入れられるかはまだ「未だ」の状態ですが、またデータをヒヤリと見てみる。

二人で飛ばせないですか?