



Success! Weekly Letter

【顧客満足向上と売上・利益を増やすには】 既存顧客の購入頻度や購入額 をもっと増やそう

今日お伝えすることは、「既存顧客の購入頻度や購入額をもっと増やそう」ということについて。その前に1つ質問です。あなたは歯科健診のために、歯医者にとどのくらいの頻度で行っていますか？

私は長年毎年に1回程度でしたが、2年近く前に転居した後、新たに探した歯医者では、なんとその頻度は3カ月に1回になりました。つまり、年4回(も)歯医者に「通っている」ということです。

歯科健診(とクリーニング)で3カ月毎に歯医者に行く人は必ずしも珍しくありませんが、私の場合は従前の4倍ですから、これは大きな変化です。

理由は、以前通っていた歯医者は歯科健診後に次回の予約を取っておらず、私の勝手な判断で(健康診断と同様)年1回くらいでいいだろうと考えていたからです。

しかし今通っている歯医者は、担当の歯科衛生士さんが必ず次回健診日の予約を取るシステムを採用しているので予約を入れざるを得ません(もちろん強制ではありませんが…)。

私はこれまで歯医者に行かずに痛い思いをしたことが何度かありますので、私にとってはいいシステムなのですが、これは歯医者ビジネスにとっても素晴らしいシステムです。

なぜなら、歯科健診の個人負担額は1回3千円ほどで、健康保険利用のため3割負担ですから、本来の費用は実質1万円です。つまり、以前行っていた歯医者(私の)年間顧客単価は1万円でしたが、今の歯医者は4万円と、同じ患者に対して4倍高い客単価を得ているということです。

重要なことは、どちらの歯医者も技術面や接客面についてはほぼ同じだということです。つまり、**客単価4倍の違いは、マーケティング・システムの違い「だけ」ということになります。**

ワイン専門店ならこんな具合です。ネットや店舗で自社のワインを購入した顧客のリストをつくって、定期的にメール(やライン)でワインや店に関する情報を送ります。そして時折、ワインテイasting等のイベントにお誘いしてみるのです。

また、自宅でいつでもワインを美味しく飲むための、ワインセラーの購入をお勧めするのもいいでしょう。楽しみや便利さを提供すればするほど、あるいは興味や刺激や肯定的な感情を提供すればするほど、顧客はその店や会社からワインを買い続けてくれるでしょう(私もそのうちの1人です)。

フィットネスなら、たとえばパーソナルトレーニングを30分3千円とか5千円とか、単発で販売するだけではなく、会費に組み込んでサブスク販売を併用するといいでしょう。たったこれだけのことで、1店舗で月に数十万円から数百万円も売上が上がることはざらにあります。

売り手は「顧客」や「会員」と一括りにしてしまいがちですが、相手は単にお金を払ってサービスを受けるだけの人ではありません。大切なことは、1人ひとりに不安や恐れ、喜びや楽しみがあり、問題を抱える1人の人間として接することです。

それを認識したうえでコミュニケーションをとり、親交を深めることで信頼感を得ることができ、その結果、購入頻度と購入額が最大化するという成果を得ることができるようになります。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。
次号も魅力的な情報をお楽しみに！

著者プロフィール



田村真二 (Tamura Shinji)

ウェルネスビズ株式会社 代表取締役

健康ビジネス専門の経営コンサルタント/マーケティングコンサルタント/AFP。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の経営・営業・店舗開発・人事等に携わり、07 年に同社を退社し独立。健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業に向けて、マーケティングをベースにしたコンサルティング手法で業績向上を支援している。「閉鎖寸前から売上高4倍超になったスポーツジム」「専門家から集客予想会員数 1,600 名と診断された立地で会員数5千名・年間営業利益2億円超のフィットネスクラブを開発」「会員数 800 名台から 2,200 名へと大幅増加したフィットネスクラブ」など、会員数拡大・客単価向上・継続月数増をかけた「儲かる事業構築の仕組み」導入コンサルティングで高収益企業が連続出中。全国各地からコンサルティング、講演、執筆等の依頼が絶えない。

出版・編集・お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

TEL:03-4530-6263

FAX:03-3562-7822

Mail :info@wellness-biz.jp

URL :<https://www.wellness-biz.jp>

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。