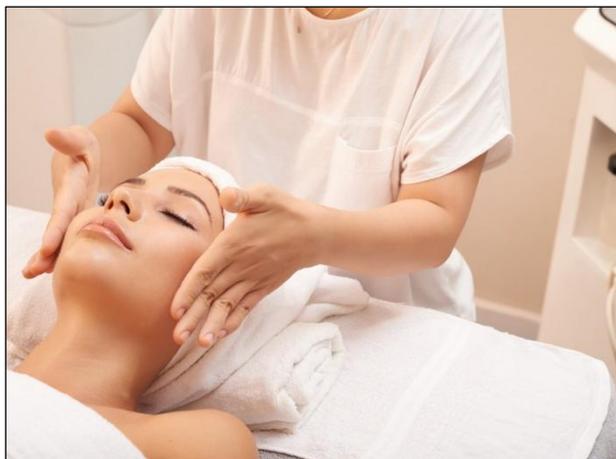




Success! Weekly Letter

顧客維持で経営黒字に！成功例に学ぶリピート戦略



本日は、中小企業が経営改善に成功するための重要ポイントについてお伝えします。私の観察では、中小企業が経営難に陥る主な原因は商品力やサービス力不足ではなく、間違ったマーケティングや知識不足で顧客獲得と維持ができずに売上・利益が不足することです。今号では「顧客維持による売上と利益の増加」に焦点を当てた、成功確率の高い方法について解説します。

50代以上の女性向けに痩身やフェイシャル、脱毛を提供するエステサロンを経営する中川美穂さん(仮名)の例です。彼女は土地勘のない場所で開業し、集客に約70万円をかけて単独チラシ10万部を新聞に折り込みましたが、反応はほとんどなく経営危機に陥りました。マーケティングの知識のないまま、営業マンの勧めに従った結果でした。

その後、お金がかかる単独チラシはやめ、低コストのフリーペーパーを活用し、少しずつ中川さんを目当てにする顧客が増え、一時は黒字経営となりました。しかし、競合の出店などもあり売上は再び低迷します。

売上が増えていた時期には、若いスタッフを採用しましたが、「50代以上の顧客とうまく意思疎通ができない」ことで、リピート客が減少してしまいました。50代以上の女性にとって、中川さんとの会話がリラクゼーションの一部だったのです。

そこで中川さんは、あるマーケターのアドバイスを受け、既存顧客や元優良顧客にダイレクトメール(DM)を送ることにし、施術も中川さん自身が行うことにしました。顧客からは「丁寧なラブレターが嬉しい」と好評を得て、売上も大幅に増加しました。実際、DMに3万円をかけたところ、売上が100万円近くまで増えました。DMを「ただのコスト」だと見ていた中川さんも、既存顧客や元優良顧客へのDMが確実な売上につながると実感したのです。

余談ですが、私(田村)もこのDM作戦を多くのクライアントに提案しており、毎回投資以上の効果が得られています。例えば、ある小規模ジムでは、連続した3回のDMで約500万円の売上増がありました。

営業マンに従って行った当初の高額チラシは失敗に終わりましたが、「中川さんとの時間」を楽しみにしている顧客に気づき、集客と運営方法を改善したことで経営を黒字化できました。**中小企業は、リピートに繋がりやすい顧客との関係構築こそが、競合や大企業に対する強みとなります。**中小企業の経営者の方は、ぜひこの顧客維持の手法を試してみたいかがでしょうか。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒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。