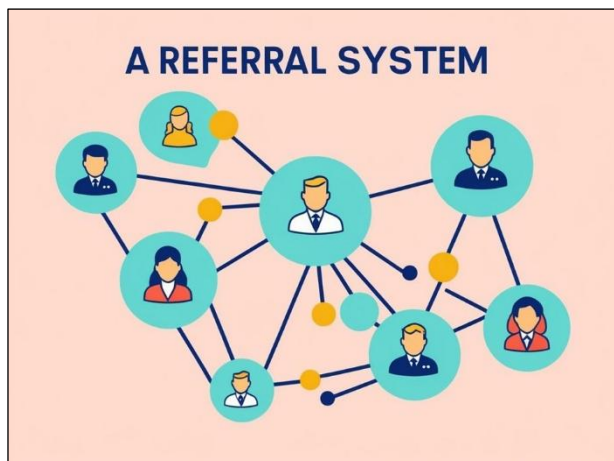




Success! Weekly Letter

低コストで入会者を増やす「紹介入会システム」①



広告予算を大きく増やさずに、安定的に入会者を増やす方法をご存知でしょうか？ そのカギは「紹介入会システム」の構築と運用にあります。低コストで入会者を増やしたい、継続的な仕組みを構築したい経営者・幹部の方はぜひお読みください。

私事ですが、先週アップルのワイヤレスイヤホン「AirPods Pro2」をアマゾンで購入しました。それまで使っていた初代 AirPods Pro の片方が故障したためです。当初は、今秋にも発売が噂されている AirPods Pro3を待つつもりでしたが、仕事や私用でほぼ毎日使用しているため、買い換えを決めました。

その際、アマゾンで購入する前に、購入者のレビューや YouTube の AirPods Pro2 関連動画を“入念に”調べました。購入を決めてはいたものの、「体験談」による後押しが欲しかったからです。

このように、初めて購入する製品はもちろん、飲食店、歯医者、病院、マッサージ店、ホテル、旅館、

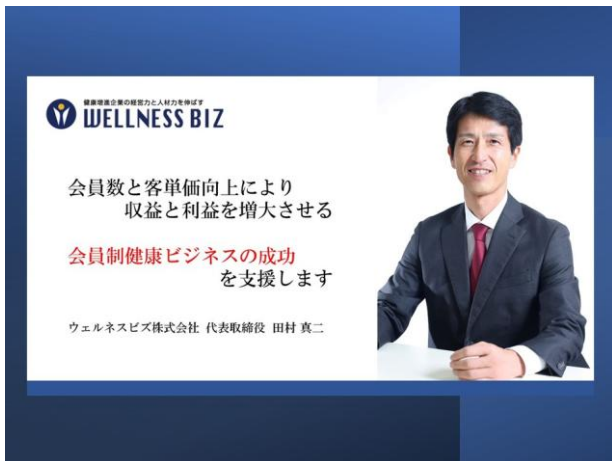
フィットネスクラブなどのサービスも、初めて訪れる際には事前にネットの口コミや YouTube などですっきり調べます。程度の差はあれど、皆さんも同じではないでしょうか。ですが、信頼できる人から直接紹介を受けた場合は話が別です。結局のところ、人は“実体験”を通じたリアルな声に動かされやすいのです。裏付けとなるデータの一つを紹介します。

米国の消費者分析会社「ニールセン」による「ニールセン広告信頼度調査 2021」によると、最も信頼される情報源は「友人や家族からの推薦」(88%)で、2013年の調査以来変わらず、オンラインバナーや動画広告、モバイルやタブレット端末での広告、SMS 広告、検索エンジン広告などと比較すると、約 50%も高い数値を示しています。

つまり、**広告は認知度を高める手段として重要ですが、最後の一押しとなるのは「信頼できる人の言葉」や「個人的な体験談」です。だからこそ、企業は顧客の満足度を高め、その体験が自然と広がる仕組みを築くこと、すなわち「紹介システム」の構築こそが、何よりも強力なマーケティング戦略になるのです。**

実際、紹介入会の多いクラブやジムは、会員が「誰かに勧めたくなる体験」をシステムとして提供しています。紹介入会システムを活用して、入会者や会員数を増やしているのです。次号では、「紹介入会が最強の会員獲得手法」である理由について事例を交えながらお伝えします。

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。