

常連客が増えれば増えるほど新規客が増える まったく新しい顧客作り

---

店舗販促をひっくりかえす！

---

常連客が増えれば増えるほど新規客が増える  
まったく新しい顧客作り

2013年4月

株式会社ビー・ユー・ジーSST

Copyright 2013 B.U.G. SST, Inc. All rights reserved

みなさん、こんにちは。

今回は Zeetle がどういう顧客作りを目指しているかについてご紹介させていただきます。

「店舗販促をひっくり返す！」なんて少し奇をてらったキャッチコピーに聞こえますか？  
「根底をくつがえす！」とか、「これまでの固定概念を破る！」とか。でも、そういう漠然としたイメージじゃなくて、本当にひっくり返すんです。そう本当に。

最後まで読んでもらえればその意味がすぐ分かってもらえます。でも、その前に少しだけ前提をお話しさせていただきます。

**店舗のオーナーさん、そこで働くスタッフの方々が本当にやりたいことってなんでしょ？**

それは

**「日々磨きあげてきたサービスを心を込めてお客様に提供して、お客様が心から満足して帰ってくれること」**

ではないでしょうか。そしてもっともっとお客様の喜ぶ顔が見たくてさらにその腕を磨く。それがスタッフ全員の願いであり、そのために貴重な時間を使いたいというのが本音ではないでしょうか。

一方、そんなサービスをたくさんの人に知ってもらいたい、と思うのは当然ですよ。やはりお客様が来てくれないことにはどうしようもないです。だから新規のお客様の集客にある程度労力がかかるのはしょうがないと思っているのが正直なところでしょう。

でも、どんな業界でも新規顧客の開拓ってとってもとっても大変な作業なんです。特に小さなお店にとっては、その大変な作業を本業の片手間にやらないといけな。これって本当に大変ですよ。そもそも店舗オーナーさんもスタッフさんも、宣伝や販売促進が本当にやりたいことではないでしょうし。

そ・こ・で、

「自分たちの腕を磨けば磨くほど」そして「お客様に喜んでもらえればも  
らうほど」新規のお客様が来店してくれる、そんな仕組みがあったら。

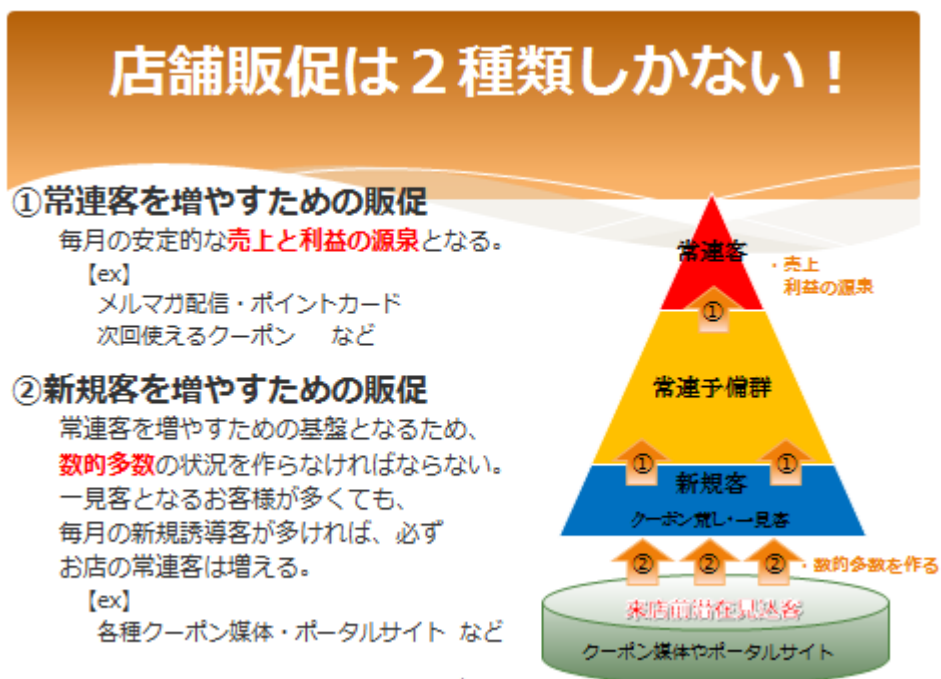
そんな店舗のみなさんの理想を実現することこそ「店舗販促をひっくり返す！」が意図することなんです。

ちょっと前置きが長くなってしまいましたね。  
ではさっそくその中身をご紹介します。

店舗販促には大きく分けて2種類あります。それは、

- ① 常連客を増やすための販促
- ② 新規客を増やすための販促

です。



6

## 常連客が増えれば増えるほど新規客が増える まったく新しい顧客作り

---

まず、「常連客を増やすための販促」は一度来店してくれたお客様に再来店いただき常連さんになってもらうための施策になります。一般的には、ポイントカードを発行したり、メルマガ会員になってもらったり、というのはよくある手法だと思います。でもそれよりなにより常連さんを増やすため最も重要なことは、来ていただいたお客様に心から満足して帰ってもらうこと、そう、まさに店舗オーナーさん、スタッフさんの腕の見せどころですよ。

一方、「新規客を増やすための販促」はなんと言っても「常連客」になってもらうための基盤ですので、こちらもとても重要です。こちらはクーポン媒体やポータルサイトへの掲載が一般的でしょうか。

ただ、こちらはせっかく来店いただいても、どうしても一見さんやクーポン利用だけが目当ての来店（いわゆる、クーポン荒らし）が出てきますし、どうしても途中で離脱してしまうお客様もいますので、それを前提とした数の新規のお客様をずっと集客し続ける必要があるんです。これはとっても大変な作業で、店舗のオーナーさんをずっと悩ませていることではないでしょうか。

そんな時間を、もっと本当にやりたいこと、そう、お客様に本当に喜んでもらえるために使えたら、、、そして、「自分たちの腕を磨けば磨くほど」そして「お客様に喜んでもらえればもらうほど」新規のお客様が来店してくれる、そんな仕組みがあったら、、、

お待たせしました。いよいよ「店舗販促をひっくり返す！」の登場です！

「店舗販促をひっくり返す！」はまさに従来の考え方をひっくり返します。



まず、新規の見込客は常連さんからの口コミで広げます。あなたのお店を気に入った常連さんが増えれば増えるほど、その常連さんから口コミされた方が増えていきます。それも非常に質の高い（来店してくれて、常連さんになってくれる可能性の高い）見込客としてです。

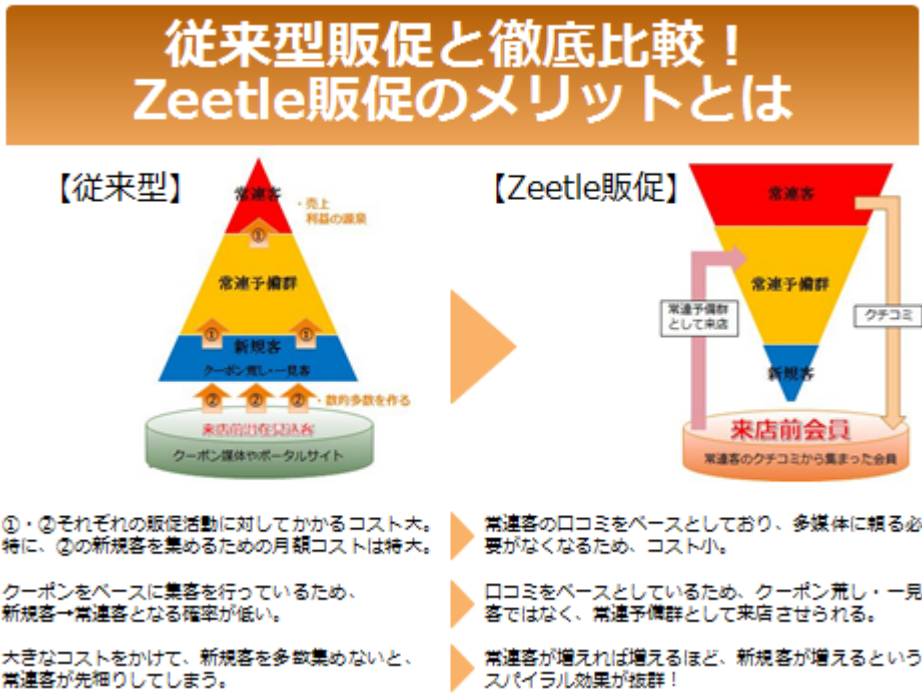
しかも、口コミされた方が来店すると、そのお客様に口コミしてくれた常連さんにお礼として自動的に特別なクーポンを届けることができます。あなたのお店のサービスのすばらしさを知っているのは他にもない常連さんですよ。その常連さんはおそらくいままでもあなたのお店の応援団長となってくれていたのではないのでしょうか。そうです、そんな常連さんによる口コミにちゃんとお礼ができる仕組みなんです。

そして、もう一つ重要な点は、常連さんが口コミしてくれた見込客の方に直接アプローチができるということです。いままでは当然、来店してくれてメルマガ会員とかになってくれるまではアプローチはできませんでした。しかし、この仕組みでは口コミされた時点で、来店前なのに会員として登録されるんです。そしてその来店前見込客に、来店を促すためのメッセージをお店から直接届けることができます。

**常連客が増えれば増えるほど新規客が増える まったく新しい顧客作り**

せっかくのクーポンは、当然、より常連さんになってくれる可能性の高い見込客（常連化予備軍）の方に届けたいですね。それだけでも、どうしても一見さんやクーポン荒らしが多かった従来の手法と比べてとても効率の良いことがご理解いただけるとと思います。

従来の手法と比べるとこうなります。



従来型ですと、まず新規客を獲得するためのコストと労力がどうしても大きくなる、というのが悩みだったと思います。ある程度のコストと工数がかけられる大手には有効な手法といえるのかもしれませんが。

一方、常連客からの口コミを最大限に活用する Zeetle を使った手法では、まさに「自分たちの腕を磨けば磨くほど」そして「お客様に喜んでもらえればもらうほど」常連さんが口コミで紹介してくれた質の高い見込客が増え、その見込客に対して直接アプローチして来店を促すことができる、そんな仕組みなのです。

そして、『常連客が増えれば増えるほど新規客が増える』という強力なスパイラルを実現できます。どうです？これってすごいでしょ。

いかがでしたでしょうか。

そんなことが本当に実現できるの？って思った方も多んじゃないでしょうか。今回はそれを実現するための機能の詳細についてまでは紹介しませんが、私たちが意図している基本的な考え方について理解してもらえたらとてもうれしいです。

Zeetleにはこの強力なスパイラルを実現するための仕組みが用意されています。そちらの詳細に興味があればぜひホームページや関連資料を見てみてくださいね。

**Zeetleで広がるまったく新しい顧客作り、ぜひ体験してみてください。**