

店舗マーケティングコンサルタント養成講座
SMC(store marketing consultant養成講座)

第5-2回

第5-2回

頻度／リピートを改善した支援事例

B事務所（次世代型の事務所）

年商5,000万円

件数42件

単価120万円

スタッフ数 3人

1. 1件目の実績づくり
2. 3件の実績づくり（同じ業種が望ましい）
3. 実績で営業できるようになる（紹介も含め）
4. 売上10件で1,200万円達成
5. 売上15件で1,800万円達成
6. コンサルと営業と後輩コンサル育成
7. 後輩が3件の実績達成
8. 売上3,000万円達成
9. 繰り返し

コンサルティング事業のビジネスモデル

- ▶ PJ型（成果報酬）で、飲食店から年間400万円
- ▶ 顧問型で、小売店から毎月20万円
- ▶ PJ型（成果報酬）で、顧問先のペースにあわせて
1回5万円前後で支援

成果報酬のメリット

- ①実績がなくてもできる
- ②営業がかんたんになる
- ③高額報酬が期待できる

コンサルティングビジネスの初期の問題点

実績がないこと

- 実績を聞かれたらおしまい
- 契約できないか、足元を見られた契約になる

成果報酬の営業

成果が出たら報酬をもらうので
実績が関係なくなります

コンサルビジネスの初期は
成果報酬をメインにすると
立ち上がりやすい

成果報酬のデメリット

- ①働き損になる可能性がある
- ②報酬が安定しない
- ③相手がやってくれないと報酬0

働き損にならないように
報酬が安定するように
成果報酬型商品を設計する必要があります

成果報酬型でも
確実にもらえる報酬もあるし
報酬をもらえる確率の高い支援のやり方もある

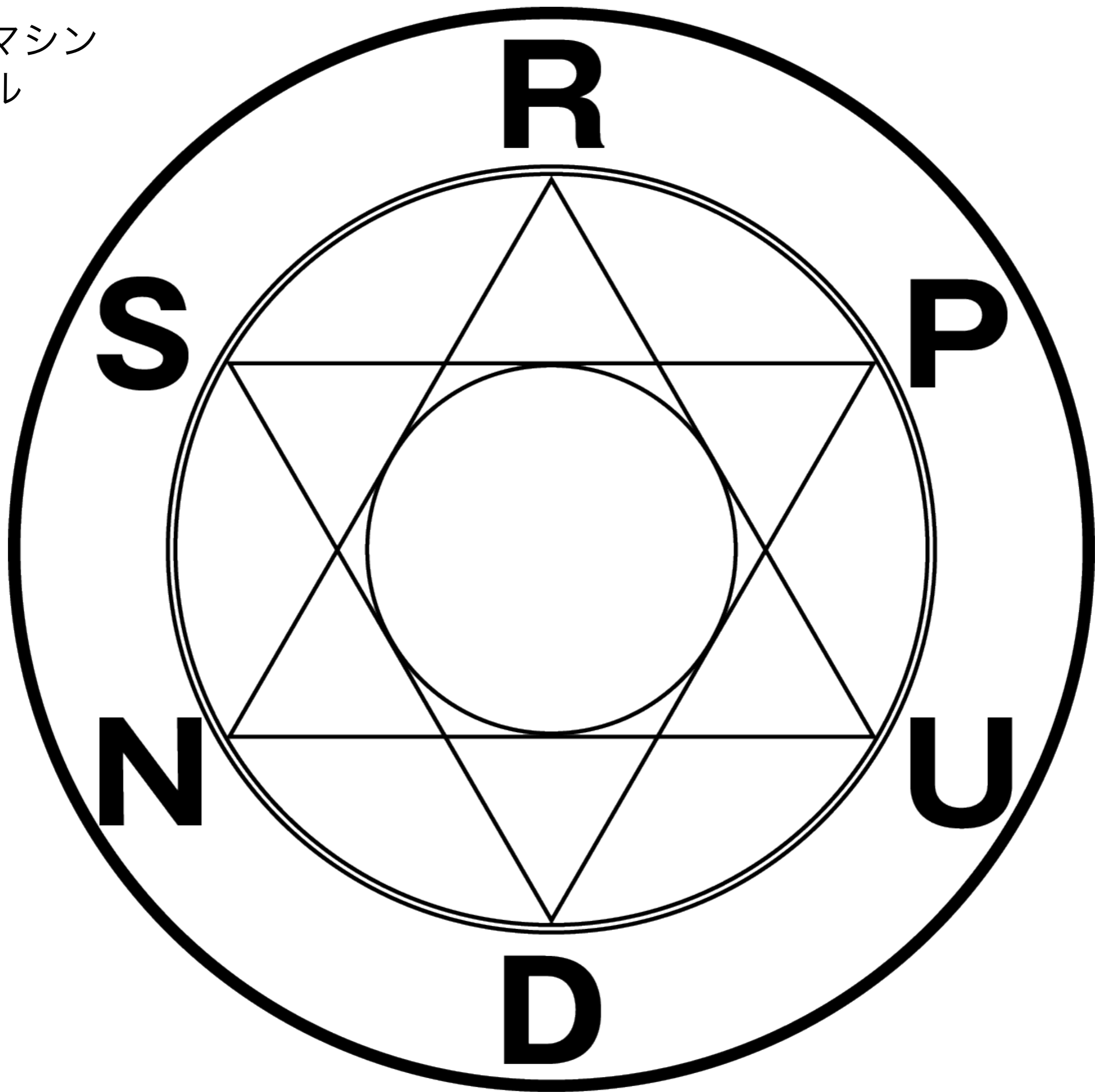
リピートを改善支援
—成果報酬型集客代行—

集客代行って何をやるの？

お客様の集客を代行してあげます

警告！新規客の集客をやってはいけません

キャッシュマシン
サークル



リピート受注こそが商いの本質

新規開拓は、リピート受注の10倍難しい

新規は100人に1人

既存は10人に1人

何から取り組むのがいい？

客数UP？

客単価UP？

リピート率UP？

集客代行を
新規集客ではなく
リピート率UPでやれば
それなりの集客が見込める

リピート率に問題を抱えている会社に
集客代行を提供すれば
成果報酬でも
最初から成果が見込める

リピート率に問題を抱えている会社は？

飲食店 VS 美容店



飲食店の再来率は20%

美容店の再来率は80%

集客代行は
飲食店のリピート対策でやるのが
望ましい

飲食店に集客代行を提供して
400万円もらいました

集客代行事例解説

飲食店（割烹）

売上はそこそこある。

百貨店内に店舗があるため新規客が多い。

ランチ中心。

新規客が多いため単価は低い。（@2,000円）

利益が低い。

→リピート対策が必要だと判断

飲食店の問題は 新規客と既存客の区別がつかないこと

集客代行でやること

- ①お客さんの顧客情報を集める
- ②顧客情報をDB化する
- ③DBから条件に合う顧客を抽出する
- ④その人たちとコミュニケーションをとる

この作業を代行し成果を出すのが集客代行

集客代行でやること

- ①お客さんの顧客情報を集める
- ②顧客情報をDB化する
- ③DBから条件に合う顧客を抽出する
- ④その人たちとコミュニケーションをとる

この作業を代行し成果を出すのが集客代行

リスト取りするツール

第5回 頻度・リピートを改善するTIPS1の
顧客リストの集め方の動画を見てください

どんな顧客情報を集めればいいのか？

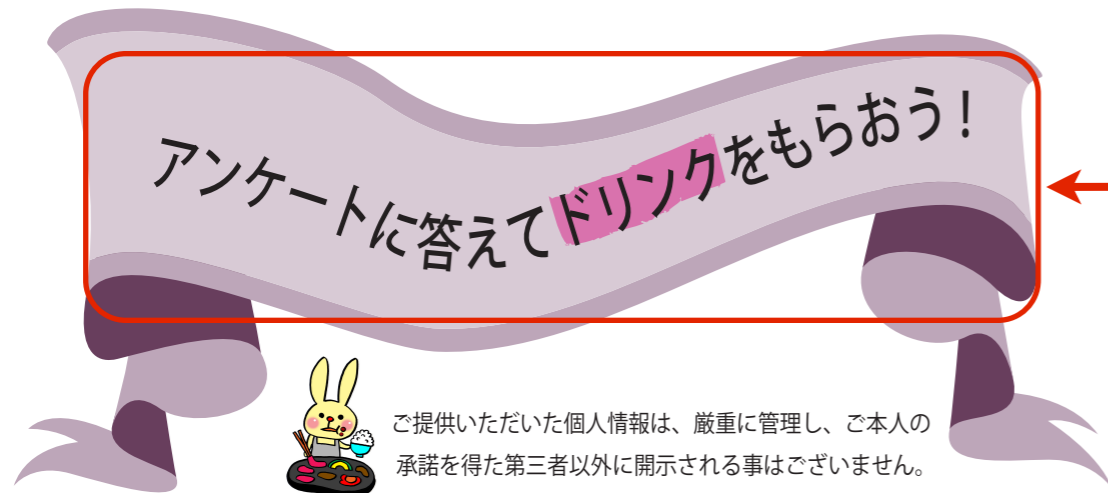
(最低限必要なもの)

1. 氏名
2. 住所
3. 電話番号

(あるといいもの)

1. FAX番号
2. メールアドレス
3. 購入履歴

顧客情報の収集 アンケート方式



回収率のupには
特典をつける

誕生日は絶対に
収集する！

店舗記載欄から
来店履歴も残る

Q1. 今回のご来店は何回目でしょうか？○で囲んで下さい。

初回 2回目 3～5回目 6回以上

Q2. 当店のことをどちらでお知りになりましたか？○で囲んでください。

広告 HP 知人の紹介 通りすがり

Q3. どなた様と一緒にご来店されましたか？○で囲んで下さい。

ご家族 夫婦 友人・知人 会社の同僚

Q4. 本日のご感想・ご意見をお聞かせ下さい。

ふりがな お名前	該当する項目に○で囲んでください。 (男性 ・ 女性) (既婚 ・ 未婚)
ご住所 (〒 -)	店舗記載欄 受付担当： 日付： コース名： 時間： 人数： 備考：
お電話番号 - -	
お誕生日 (明治・大正・昭和・平成 年 月 日)	

本日は、まことにありがとうございました。またのお運びをお待ち申し上げます。 店主

集客代行でやること

- ①お客さんの顧客情報を集める
- ②顧客情報をDB化する
- ③DBから条件に合う顧客を抽出する
- ④その人たちとコミュニケーションをとる

この作業を代行し成果を出すのが集客代行

顧客データベース

集めた顧客情報を一覧するためのものです。

はじめはエクセルでも十分です。

件数が多くなったら専用のソフトに切り替えるといいです。

集客代行でやること

- ①お客さんの顧客情報を集める
- ②顧客情報をDB化する
- ③DBから条件に合う顧客を抽出する
- ④その人たちとコミュニケーションをとる

この作業を代行し成果を出すのが集客代行

事例1. 割烹

step.1 顧客情報獲得 アンケート



step.2 顧客データベース化



step.3 アンケート記入者にハガキを送付



step.4 ハガキ持参者にまたハガキを送る

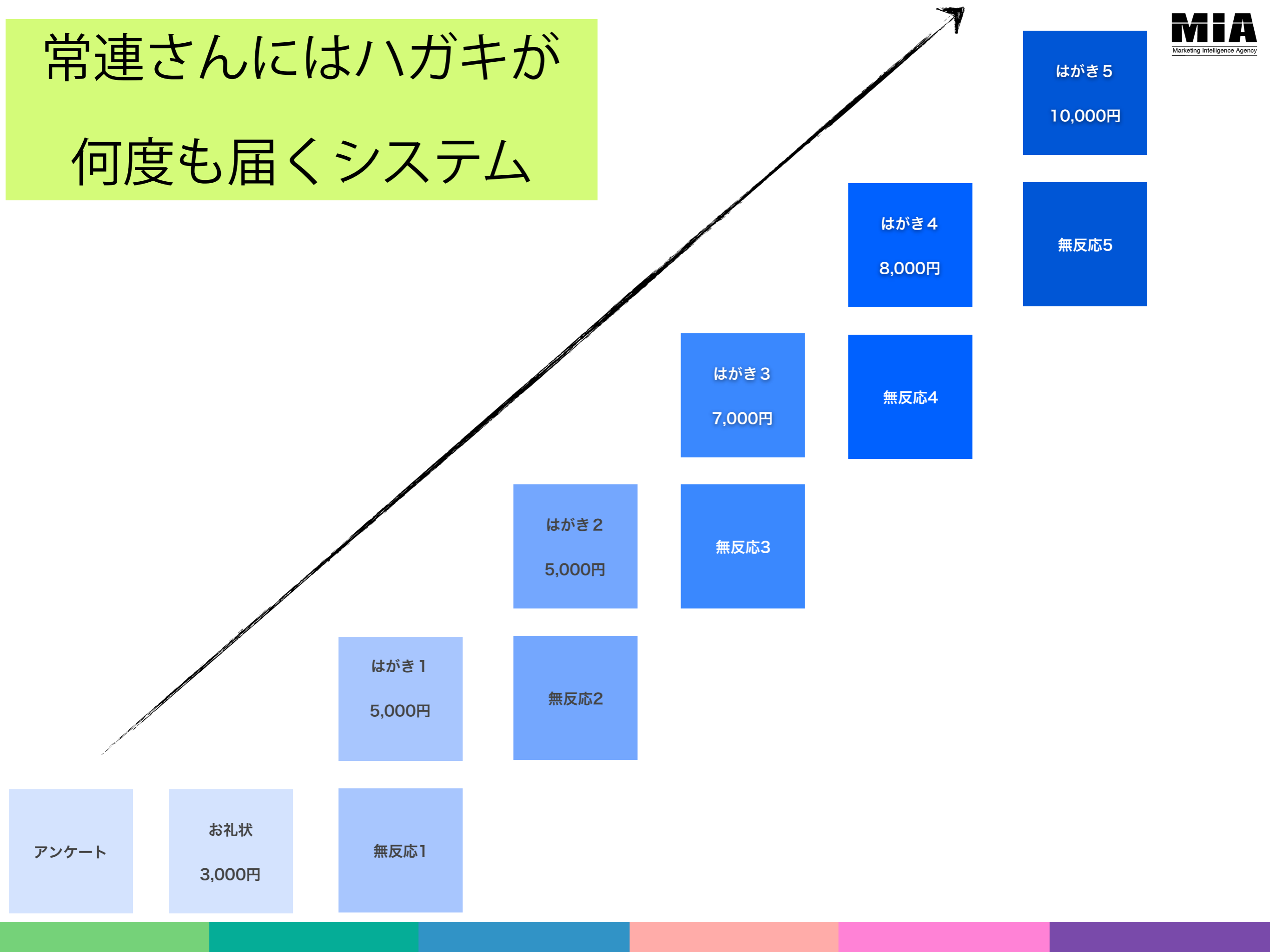
飲食店の問題は 顧客のランク分けができないこと

コミュニケーション戦略



コミュニケーションを
たくさんとれた人が
上のランクにくるようになる

常連さんにはハガキが 何度も届くシステム




アンケートにご協力いただきましてありがとうございます。

先日はご来店いただきまして誠にありがとうございます。


まだまだ随所に行き届きませんことが多いかと存じますが

これからもあなた様へのサービスにより一層の努力を重ねてまいります。

何卒ご愛顧賜りますようよろしくお願い申し上げます。

A A5飛騨牛セット  **B** どのメニューでも

~~¥4,200~~ or **200円OFF**

¥3,200円 

次回ご来店の際に本状をご持参ください。

またのお越しを心よりお待ちしております。

有効期間 平成24年8月31日

レスポンス
平均13%

1,000枚送ると
130人来店がある

$$3,200円 \quad 50人$$

$$2,500円 \times 80人 = 360,000円$$

ハガキ発送代は100,000円

501-0619

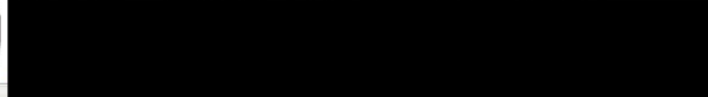


アンケートにご協力いただいたあなた様だけにお知らせがあります。

今すぐ裏面をお読みください！



ご予約・お問い合わせはお気軽に！



今月のプラン「A5 飛騨牛コース」のお知らせ

平素より [] をご愛顧賜り、誠にありがとうございます。
本プランは毎月ご来店いただいているあなた様だけへの特別謝恩プランです。

- A** 岐阜でもっとも有名な食材のひとつ「飛騨牛」。
今回、ご用意しているのは霜降り、色と光沢、しまりときめ、脂肪の色澤と質すべての評価項目が最高の A5 等級の飛騨牛を使用したコースになります。(A5 が最高等級になります。)



見た目の美しさ！
口の中でとろける食感！！
最高の飛騨牛を [] で！！！！

A5 飛騨牛コース、このハガキを持参された方に限り

¥6,825 → ¥5,825

¥1,000
OFF

ぜひこの機会に最高等級の飛騨牛をご堪能くださいませ。

- B** また、飛騨牛が苦手な方には
お会計から 200 円 OFF させていただきます。

¥200
OFF

ご来店の際にはこのハガキを係員にお渡しいただきコースをお伝えください。
大変人気メニューで売切れの場合があるため事前予約をおすすめしています。
又、一緒にご来店された方皆様でご利用いただけますので、よろしければご家族、ご友人の方などお誘いしてぜひご利用ください。
あなた様のご来店をスタッフ一同心よりお待ちしております。

有効期限 8月31日まで 注：本状を必ず係員にご提示ください

ハガキ持参者に出す

レスポンス

平均40%

50人

5,825円 × 20人

2,500円 × 30人

190,000円

ハガキ 13,000円

今月のプラン「長良川天然鮎コース」のお知らせ

平素より [] をご愛顧賜り、誠にありがとうございます。
このハガキは、先月ハガキを持参していただけた方にのみお届けしています。

A 今月は、解禁されたばかりの鮎をふんだんに使用したコースになります。



長良川天然鮎コース、このハガキを持参された方に限り

¥8,400 → ¥7,350

¥1,050
OFF

ぜひこの機会に長良川の天然の鮎をご堪能くださいませ。

B また、鮎があまりお好きではない方には
お会計から 200 円 OFF させていただきます。

¥200
OFF

ご来店の際にはこのハガキを係員にお渡しいただきコースをお伝えください。
本プランは毎月ご来店いただいているあなた様だけへの特別謝恩プランです。
又、一緒にご来店された方皆様でご利用いただけますので、よろしければ
ご家族、ご友人の方などお誘いしてぜひご利用ください。
あなた様のご来店をスタッフ一同心よりお待ちしております。

有効期限 7月31日まで 注：本状を必ず係員にご提示ください

ハガキ持参者に出す

レスポンス

平均40%

20人

7,350円 × 10人

2,500円 × 10人

100,000円

ハガキ 5,000円

今月のプラン「ハモしゃぶコース」のお知らせ

平素より [] をご愛顧賜り、誠にありがとうございます。
本プランは毎月ご来店いただいているあなた様だけへの特別謝恩プランです。

A 梅雨の水を吸ったハモはおいしくなるといわれています。
京都では祇園祭りを「ハモ祭り」とも呼び、ほてった体を冷やしてくれるため重宝されたといわれています。



特製の出汁にさっとくぐらせると
ハモの身が花がひらいたように
ぜひハモの食感をお楽しみください。

ハモしゃぶコース、このハガキを持参された方に限り

¥10,500 → ¥8,400 **¥2,100 OFF**

ぜひこの機会にこの時期が旬のハモしゃぶをご堪能くださいませ。

B また、ハモがあまり好きではない方には
お会計から 200 円 OFF させていただきます。

¥200 OFF

ご来店の際にはこのハガキを係員にお渡しいただきコースをお伝えください。

ハモしゃぶコースをご注文の方は必ず前日までにご予約ください。

又、一緒にご来店された方皆様でご利用いただけますので、よろしければ
ご家族、ご友人の方などお誘いしてぜひご利用ください。

あなた様のご来店をスタッフ一同心よりお待ちしております。

有効期限 8月31日まで 注：本状を必ず係員にご提示ください

ハガキ持参者に出す

レスポンス

平均50%

10人

8,400円 × 5人

2,500円 × 5人

50,000円

ハガキ 2,000円

コミュニケーションをとる効果

1-1	ハガキ売上	ハガキ代	
初回来店	2,500,000	—	
お礼状	360,000	100,000	3倍
ハガキ 1	190,000	13,000	15倍
ハガキ 2	100,000	5,000	20倍
ハガキ 3	50,000	2,000	25倍
合計	3,200,000	120,000	

コミュニケーションをとる効果

初回来店だけ	250万円
リピート対策をすると	320万円
コスト	12万円

これはある1ヶ月間に来店した人に

たった4ヶ月フォローをした数字

年間フォローしたらどうなる？

12ヶ月分フォローしたらどうなる？

コミュニケーションをとる効果

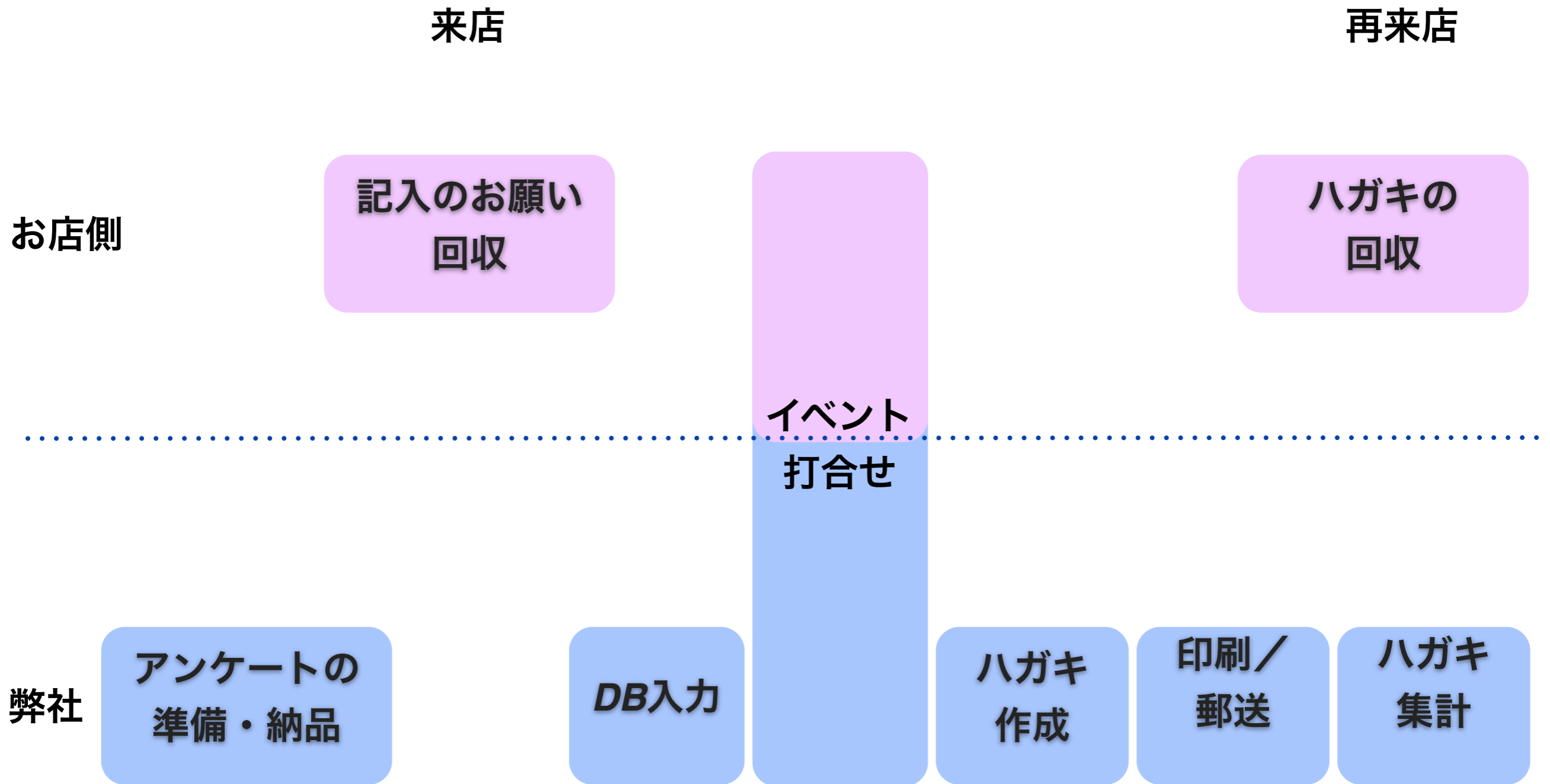
1-1	ハガキ売上	ハガキ代	
初回来店	2,500,000	—	
お礼状	360,000	100,000	3倍
ハガキ 1	190,000	13,000	15倍
ハガキ 2	100,000	5,000	20倍
ハガキ 3	50,000	2,000	25倍
合計	3,200,000	120,000	

前提：4ヶ月フォローをする

売上 70万円 × 12ヶ月 = 840万円

コスト 12万円 × 12ヶ月 = 144万円

支援者とお店の役割



1ヶ月に1回程度

+代行する時に必要になる
ツール類（DMとか）は
販売する契約をとる

例

1,000人のお客さんに

DMを送付する

DM1通100円

1,000人 × 100円 = 100,000円

成果がでなくても
安定した収益を発生させることができる

→収益は成果報酬+ツール販売
の2種類になる

集客代行の応用編（さらに高額報酬を狙う）

- ①リピート対策を代行する
- ②客単価アップを代行する
- ③新規客獲得を代行する

どんなノウハウが必要なのか？

①リピート対策を代行する

→リストどりのノウハウ

→リピート率アップのノウハウ

→オファーのノウハウ

→ツールづくりのノウハウ

どんなノウハウが必要なのか？

②客単価UPを代行する

→客単価アップのノウハウ

→オファーのノウハウ

どんなノウハウが必要なのか？

③新規客を代行する

→集客商品づくりのノウハウ

→チラシ・広告づくりのノウハウ

→オファーのノウハウ

→集客のノウハウ

どんなノウハウが必要なのか？

+商品戦略のノウハウ

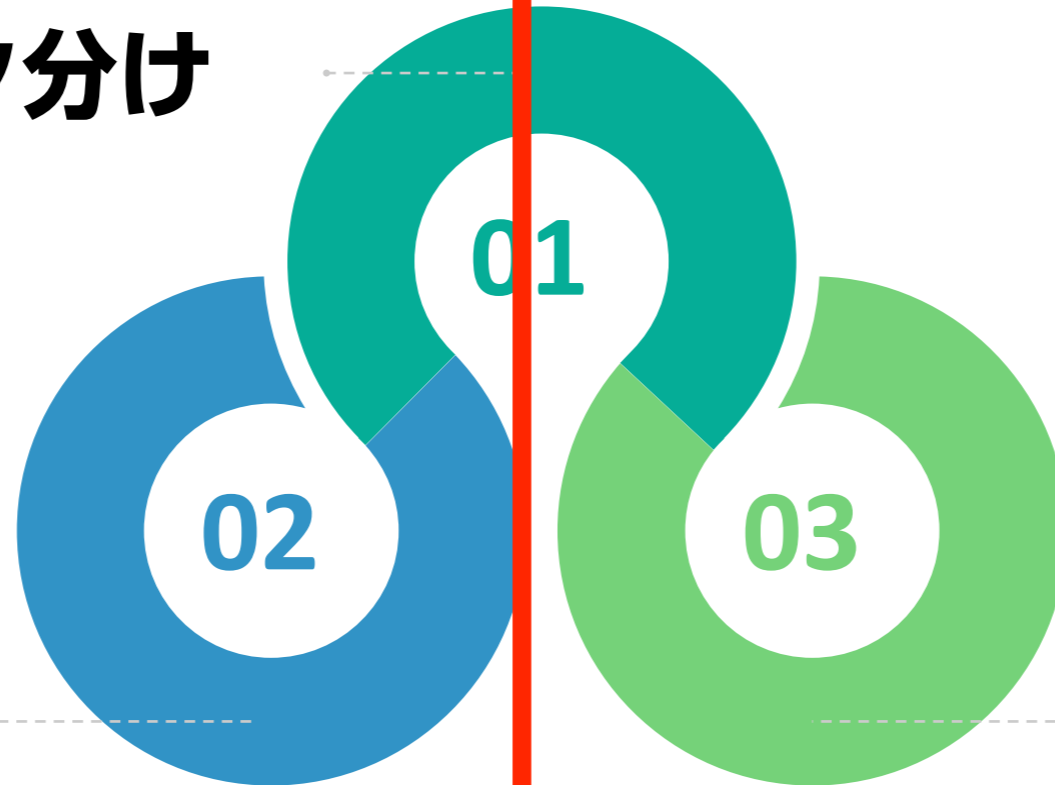
飲食店に集客代行を提供して
400万円もらいました

リピート対策＋客単価アップ＋ツール
＋商品戦略

飲食店に集客代行を提供して
400万円もらいました

新規まで手を出さなくても
高額報酬が見込めます

顧客のランク分け

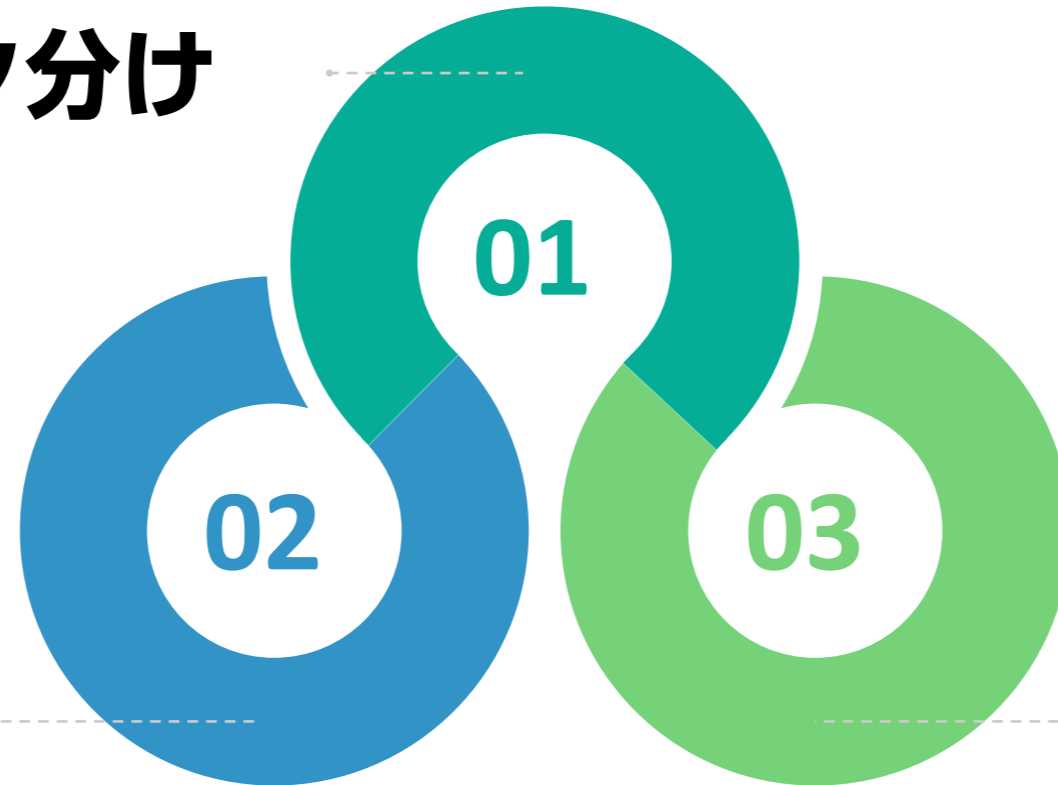


構造的リピート

コミュニケーション



顧客のランク分け



構造的リピート

コミュニケーション

第6回の予告

頻度／リピートを改善するTIPS2