

ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://tsite.jp/fs/contact/index.pl>



【客単価UP】お客様へポイント利用促進のトーク徹底 ▷客単価前年比106%のクリーニング店の事例

＼お客様へポイント利用促進のトーク徹底／
接客スキルが向上して 客単価前年比106%

クリーニング店の事例

客 単 価 U P

お会計時にお客様へ「ポイント利用促進のトーク」を徹底、客単価の前年比が106%にUP！

業種： クリーニング（サービス業）

区分： 事例

クリーニング業界は競合が多く差別化が難しいため、顧客を獲得し維持することが重要です。既存顧客のリピー率UPや離反の防止、新規顧客の呼び込みや再来店促進のため、戦略的なアプローチを継続的に行うことが成功の鍵です。今回は、運営する全60店舗でお会計時にお客様へのポイント利用促進のトークを強化、スタッフの接客レベルも向上し、約2ヶ月で客単価前年比は106%、売上前年比は120%超のクリーニング店のポイント活用事例をご紹介します。

！目的 ・ **接客スキル向上**による **売上UP**

！施策 ・ お会計時にお客様への **ポイント利用促進トーク**を60店舗で徹底

！効果 ・ **客単価前年比が106%にUP**し、**売上前年比は120%超**！

ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://tsite.jp/fs/contact/index.pl>



【客単価UP】お客様へポイント利用促進のトーク徹底 ▷客単価前年比106%のクリーニング店の事例

(目的) スタッフの接客スキル向上による 売上UP

今回ご紹介するのは、60店舗を運営をされるクリーニング店の事例です。

クリーニング業界は競争が激しく、顧客を獲得し維持することが大きな課題で、ポイントサービスや会員制度を導入される店舗が一般的です。

また、特に価格競争が激しい地域では、値引きチケットや期間限定の割引キャンペーンで集客をするケースが多いです。

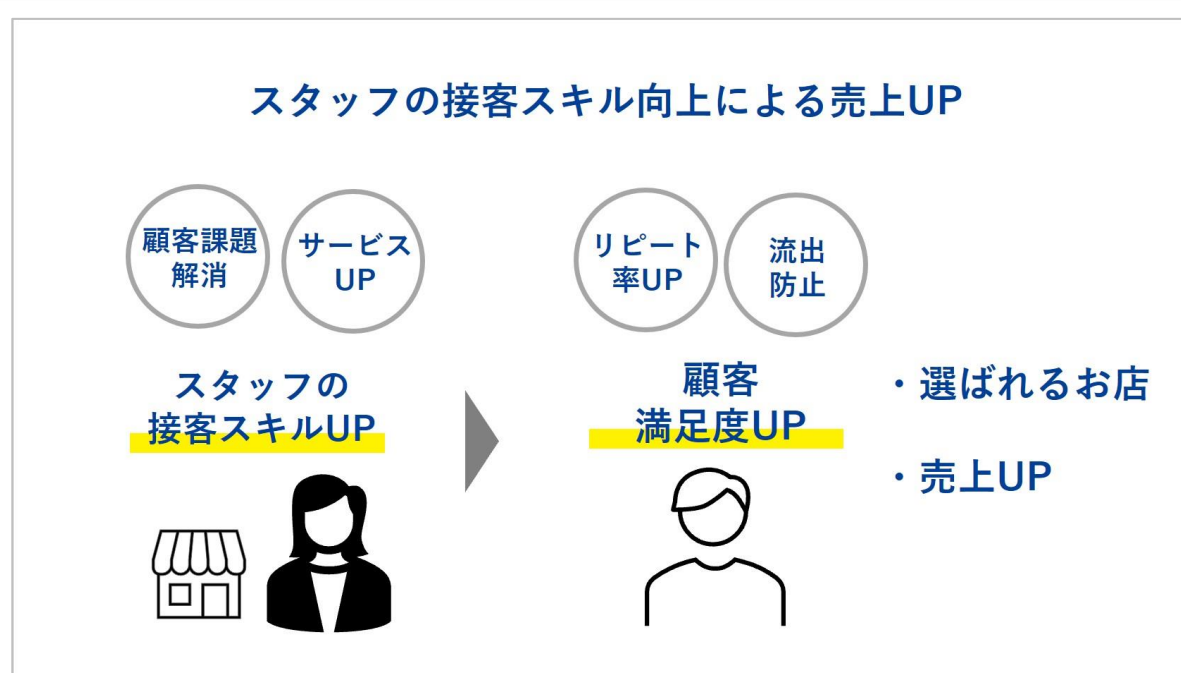
このクリーニング店では、60店舗全店でお客さまへのポイント利用促進のトーク強化し、接客スキル向上による売上UPに取り組まれました。

接客スキルが上がることで、

- ◇サービスの質やスピード、接客レベルが向上し、顧客満足度がUPします。
- ◇顧客満足度がUPすることで、既存顧客の再来店を促し、リピーターを増やすことができます。
- ◇日頃からコミュニケーションをとることで、顧客の課題解消やサービスUPに繋がられ、既存顧客の流出を防ぐことができます。
- ◇そして、口コミによる新規顧客の集客の可能性も高まります。口コミサイトへのユーザー書き込みは多くの店舗の中からお客様に選んでいただくための大事な要因です。

といったメリットが考えられます。

顧客満足度がUPし、既存顧客の再来店やリピーターの獲得、新規顧客の呼び込みに繋がられます。





【客単価UP】お客様へポイント利用促進のトーク徹底 ▷客単価前年比106%のクリーニング店の事例

(施策) お会計時にお客様へのポイント利用促進トークを徹底

このクリーニング店では、お会計時にお客様へのポイント利用促進トーク、60店舗全店で徹底して取り組まれました。

具体的に行ったのは、

お会計時にスタッフがお客様へ

1. 「貯まったポイントでお支払いできること」を必ず伝える
2. 「お会計金額」を伝える際、「貯まっているポイント数」を併せてお伝えするという2点です。

トークが苦手なスタッフや、ポイント付与端末の操作に慣れていないスタッフがいる店舗では、なかなか思うようにご案内が進まず苦勞されている様子もありましたが、約2ヶ月程で60店舗全店でトーク徹底を実現されました。





【客単価UP】お客様へポイント利用促進のトーク徹底 ▷客単価前年比106%のクリーニング店の事例

(結果) **客単価前年比が106%にUPし、売上前年比は120%超!**

お客様へ、ポイント使用促進トークを徹底された結果、客単価前年比は106%にUPし、売上前年比は120%を超えました。

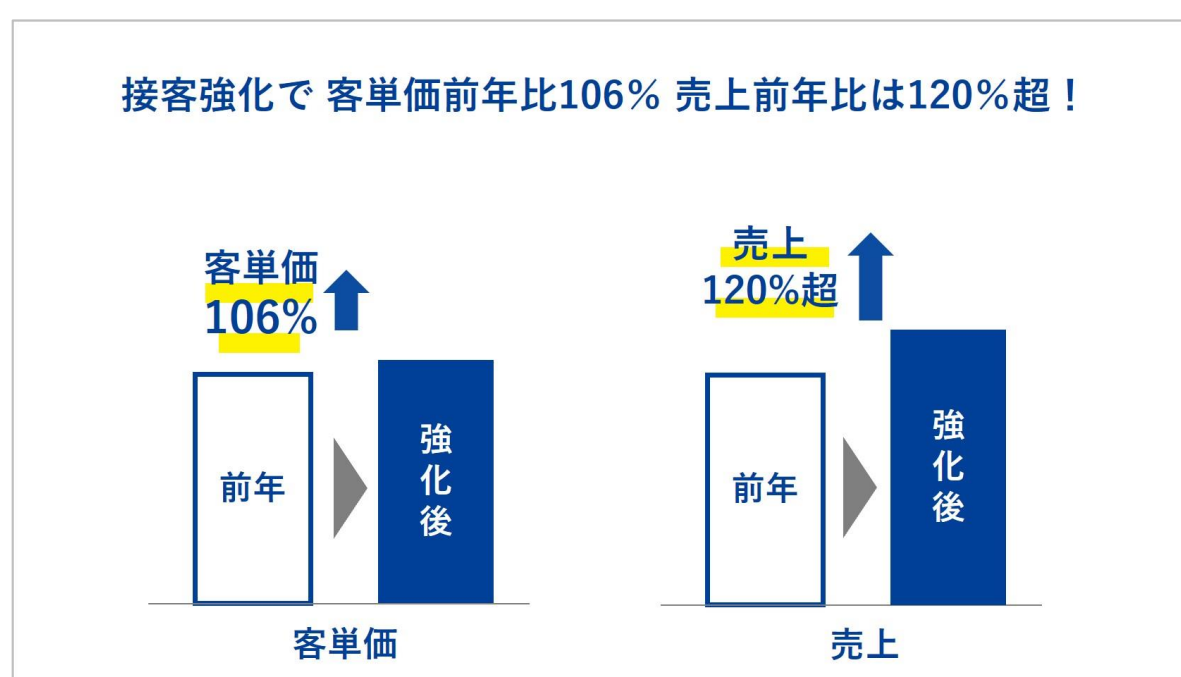
お会計時に、

1. 「貯まったポイントでお支払いできること」を必ず伝える
2. 「お会計金額」を伝える際、「貯まっているポイント数」を併せてお伝えする

という2点を、60店舗全店が徹底できるまで根気強く取り組まれた結果、お客様への共通ポイント認知が上り、ポイントでお得に買い物ができるという意識が根付き、お客様ご自身が貯めた共通ポイントを「利用する」というアクションに繋がりました。

また、お客様とのコミュニケーション機会が増え、接客レベルが上がったことで、クリーニングのオプション追加や、メンテナンスやケア用品の物販商品の併売購入も、客単価UPに貢献しました。

それ以外にも、共通ポイントへの意識が高いお客様育成、常連客や利用頻度が高いお客様、会計金額が高いお客様への再来店の促進にも繋がられたと思います。





【客単価UP】お客様へポイント利用促進のトーク徹底 ▷客単価前年比106%のクリーニング店の事例

(まとめ) 『クリーニング店』のポイント活用事例

今回は、ポイント利用促進のトーク強化による、客単価UPの事例をご紹介します。

この他にも、地域密着型のビジネスであるクリーニング店には、

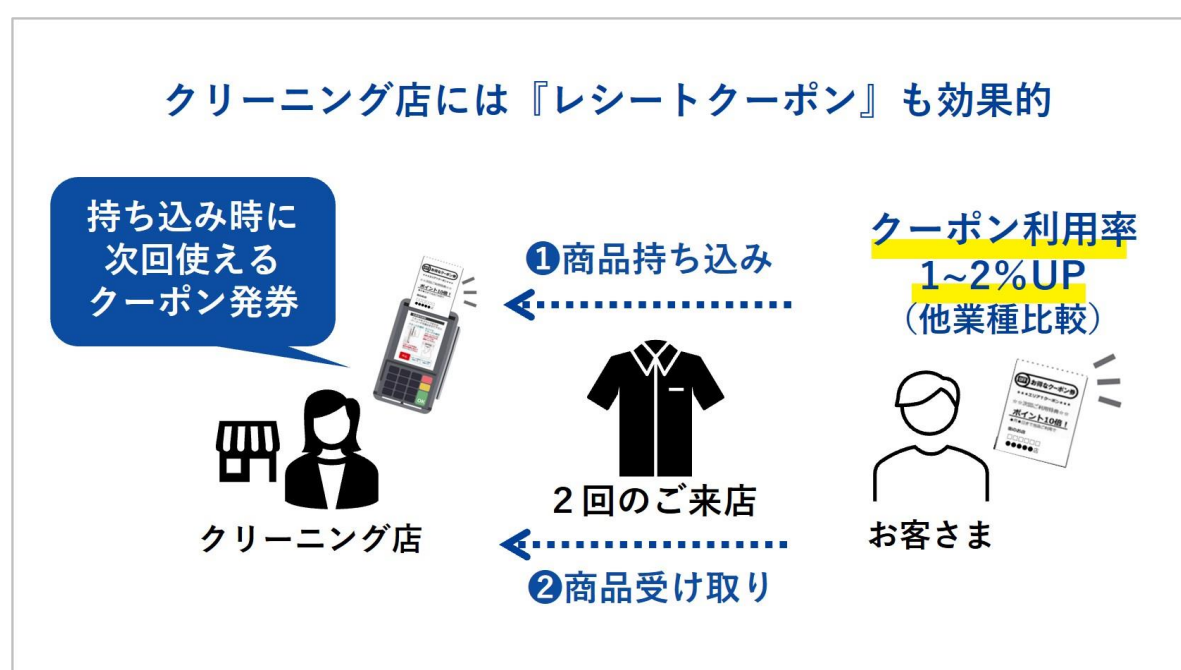
- ・「新聞広告やチラシのポスティング」による地域住民や近隣への認知UP
- ・「自店のホームページ」への最新の店舗情報やキャンペーン、料金表の掲載
- ・「インターネットやSNS広告」活用による幅広い層へのアプローチ
- ・「ダイレクトメール」や「自店のSNS」活用によるご案内や発信
- ・「口コミサイト」によるお客様評価の活用

といった販促も効果的です。

また、わたしたちVポイント本部（CCCMKホールディングス）が提供するサービスでは、『レシートクーポン』や『分析レポート』も、メリットとして評価をいただいております。

◇『レシートクーポン』は、店舗がお客様の利用頻度に併せた内容でクーポン発券が可能です。

- ・クリーニング業の特徴として「必ず再来店（商品受け取り）」があるため、他業種に比べてクーポン利用率が1～2割ほど高い傾向です。
- ・利用頻度の低いお客様に絞って発券ができるため、クーポン利用による再来店の促進、お客様の常連化にも繋げていただきやすいです。





【客単価UP】お客様へポイント利用促進のトーク徹底 ▷客単価前年比106%のクリーニング店の事例

(まとめ) 『クリーニング店』のポイント活用事例

- ◇『分析レポート』では、店舗の利用動向や商圈エリアを店舗で簡単に確認することができます。
- ・自店の顧客理解や競合把握により、効果的なマーケティング戦略や手法、サービスやキャンペーンの検討が可能です。

このように、業種や店舗の特性に合ったお取り組みのお手伝いが私たちには可能です。
こちらのお取り組みに興味を持たれた店舗さまは、是非お気軽にCCCMKホールディングスまでお問合せください。