

## 営業センスの改革 顧客目線から顧客動向へ 5

プラスアルファ 代表 藤田雄志

# 常連客の動きを把握する

### 皆

さんは自店の会員カードの利用人数を把握していますか？ たぶん8割以上の店長様がこの質問に答えられませんか。全国の大多数のエリアで10割分岐営業が終わり、11割分岐営業などへの変更が行われました。また、来店ポイントも自店で行うことができようになり顧客動向が大きく変化しました。

遊技人口が減って自店マーケットの商圏人数も減ってきていることでしょうか。しかし、このような環境下でも営業環境の変化によって上昇する数字もあるのです。それが会員カードの利用人数なのです。

弊社は、10割分岐から11割分岐に変更した店舗のうち、客数が減少していない店舗のデータを調べました。会員カード利用人数に着目し、10割分岐時代と11割分岐になってからの1年間の人数を比較すると、すべての店舗で1.5倍から2倍近くに増えていました。これはどういうことか

というところ、お客様の再プレイが増えていたり、来店ポイントのメリットが理解されてカード利用人数が増えていたりするのです。

当然のようなことですが、なぜこのようなことをあえてお伝えしているかというと、会員カードを利用する人は、常連客の中に多くいるからです。つまり会員カード利用人数を増やすとい

うことは常連客を増やす、もしくは維持するうえでとても重要な指標になっているのです。例えば、前月1カ月間のカード利用人数が1日平均250人だったとします。今月になってこの数字が230人になっていたらどうしますか。この数字が下がるといことは常連客が減っているということにほかなりません。1日平均20人の低下ですから稼働や売上粗利などにも影響する数字です。

現在の割数分岐営業や来店ポイントの運用、再プレイメリットの提案などをしっかり行っている店舗では、カード利用人数が減

ることはありません。当然新規会員を確保することも重要です。しかし、10割分岐営業が長かったエリアや11割分岐などの営業経験の少ない店長がいる店舗では、こういった数値管理ができておらず、自店の常連客を離反させているのです。

皆さんも家電量販店のポイントカードをお持ちだと思います。家電量販店がなぜポイントカードのメリットを伝えて新規会員を一生懸命獲得しているのかというと、消費者は家電製品を買うとき「会員カードを持っている店舗で買いたい物を購入する確率は、会員カードを持っている店舗の半分以下」というデータがあるからなのです。

ホールに置き換えると、カード利用人数を増やしている店舗ではマーケットの遊技人口が減っていても自

店の客数シェアは上昇すると言えます。

現在のパチンコユーザーの大多数は、ヘビーユーザーである可能性が高いことから、今以上に会員カードを所持し再プレイメリットや来店ポイントなどを駆使して遊技店舗を選ぶ傾向が強まるということが想定されます。新規会員を獲得して会員メリットを伝達してカード利用人数を減らさないように営業を管理することが必要なのです。利用人数はレートごとや日別ごと、曜日ごとでも管理できます。日々の自店の「常連客の動き」をカード利用人数の管理から把握してください。



ふじた・たけし 1972年千葉県生まれ。株式会社プラスアルファ 代表取締役。ホール現場と共に進める戦略実行型コンサルティングを展開。信条は「顧客目線から顧客動向への変化」を掲げ全国の店舗の業績向上を担う。  
www.hpa.co.jp