

営業センスの改革 顧客目線から顧客動向へ 12

プラスアルファ 代表 藤田雄志

2017年に向けて

今

までの営業を続けるだけでは売上や粗利を維持することは難しい。それは皆様もお分かりだと思います。しかし、いつの時代であっても業績を向上し続ける、もしくは、維持する店舗や法人があるのも現実です。業績低下は外的要因だけが理由ではなく、業界の変化に対応していないことが最も大きな理由です。大多数の店舗は、業績が低下しているのに新しいことをまったく行いません。多くのホールがやっていることは減った売上や粗利をカバーするための経費削減です。無駄な経費は削減する必要はありますが、経費の削減で大切なことは、「お客様に見える経費は削らない。お客様に見えないセオリーを外れ、自ら悪いスパイラルに突入しているのです。」

今後も客数が減少していくことが明らかなら、新たに何をしなければいけないかという、今いるお客様を減らさないことです。

ということは、今いるお客様の動向を詳細に分析して自店の営業に活かすことが最重要です。業績を維持している某法人が行っていることをご紹介します。この法人は競合店の客数調査をする際にベテランのホールスタッフを調査に行かせるようにしました。単なる競合店の客数調査をしているだけでは変化がないと考えて、自店のお客様がどれだけ競合店で遊技しているかを調べ、流動客比率を時間ごと、レートや機種ごとに数値化して戦略に落とし込むようにしたのです。

やってみてわかったことは競合A店には自店と行き来している流動顧客が20%程度いること、特に自店に導入されない新台があった場合は一時的ではあるが、比率が向上する事実が把握できました。また、低玉のパチンコでは、流動客が5%程度しかいなかったなどが確認できました。競合B店では自店の若年層パチスロユーザーの流動率が35%もいる事実も見えてきました。また週末には競合全体での流動顧客比率が下がることから「週末の販促手法を変化させれば週末だけの顧客へ繋がるプロモーションになる」と仮説を立てて戦略化し、いかに自店の顧客を減らさないかを考えて営業に取り入れています。

別の法人の例ですが、大当たり情報などをアプリやWebサイトで公開している競合店のデータを蓄積している店舗もあります。パチスロの場合には、ゲーム数などからアウトや稼働率を導き出すことなども可能です。Aタイプの機種であれば出率なども分析が可能です。ただし、アプリからこつこつと詳細データを確認して分析するので、手間は相当かかりますが、やらなければ何もわからないのです。しっかり毎日やれば競合店と対等に

戦えるかの判断も容易にできるのです。

「そんなことは手間だし面倒くさい」と思った店長は、自店の客数を減らすでしょう。これからは手間と暇をかけて維持をさせる時代になっていきます。面倒なことをどれだけ詳細に分析することができるかが生き残るヒントになると思われます。詳細分析の必要な項目は販促関係、会員分析など多岐に渡ることから、今までの継続営業からプラスして新たな詳細分析を始めて来年に活かして頂きたいと思えます。

1年間お付き合い頂きありがとうございます。A)

1年間お付き合い頂きありがとうございます。



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