

営業センスの改革 顧客目線から顧客動向へ ④

プラスアルファ 代表 藤田雄志

心地良い玉単価の設定

パ チンコもパチスロも機種構成が大きく変化する1年になります。ここで営業管理として一番大事なポイントは玉単価の管理です。理由は単純で店舗内の機種構成のスペックが

ダウンしていくことで玉単価が徐々に下がっていくことが現実からです。過去10年、4円貸し営業では玉単価は上昇し続けました。今年の機種構成の変更で下がる玉単価をいかに管理して営業を組み立ててくかが、業績を左右します。

客数減少の一番の原因は、多数の店舗が適正な玉単価管理ができていないから。この一言に尽きます。

店舗では毎月、機種別予算を作成していると思いますが、この予算を組み込む際、A機種はアウト3万個、玉単価1.1円、玉粗利0.2円、利益率18%。B機種はアウト2.2万個、玉単価1.5円、玉粗利0.1円、利益率6%。などと安易に店長の感覚

や前月からの稼働推移で予算編成をしていませんか。これがそもそも顧客動向を無視した設定なので、お客様が離反していくのです。飲食店にも小売店にもいえませんが、商売の基本は、払った金額と得たモノ・コトの価値が等しいと感じさせてリピート購入してもらおうことです。しかし、パチンコホールでは単価設定が理論的に設定されていないのです。

お客様は機種ごとに、ユニットにお金を投入するスピード(消費時間)と遊技する時間(ゲーム性)の関係性を感じとって、そのバランスが良ければ稼働率が上がり、バランスが悪ければ稼働率が下がるのです。

予算を作成するにあたり重要なことは、心地良い玉単価の設定です。機種ごとの7日間移動平均のアウトと玉単価、玉粗利を管理して、稼働率(アウト)が良かった期間と悪かった期間に二分して、良かった期間の玉単価、玉粗利、利益率を次月の計画に反映

させるのです。その機種においては稼働の良かった期間の玉単価と玉粗利を次月の計画に反映させているのですから、お客様は次月においては心地良い玉単価の状態です。心地良い状態です。心地良い状態で数カ月程度継続的に運営していくことで、顧客満足が上がり滞留時間が伸びてアウトが上がります。そうすると玉単価を維持した状態で玉粗利を上げることができるようになります。

その理由は、お客様は単価的に心地良いため遊技時間が伸びて、出ている玉を再度打ち込んでしまうという循環になるからです。

このように玉単価を意識することで、顧客満足と店舗の業績が伸びる循環に繋がります。あくまで1機種を例に説明していますが、店舗のさまざまな部門で同様のことをすることで業績を向上させるでしょう。

単価が下がる時期に玉単価を無視した営業では、悪くなった業績をより悪くするスパイラルになるだけです。ぜひ、玉単価を下げて玉粗利を上げる営業を考えて取り組んでみてみてください。それができないのであれば客数は減少の一途を辿ることになるでしょう。



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

【A】