

ウィークリーニュースレター36号 2022

<値上げによるお客様の購買活動とは？>

9月は値上げがテーマです。前回は値上げの方法のお話をしました。量を減らして価格を維持するタイプ。商品力は変えずに値上げをするタイプ。ラジオのアンケートでは後者が支持されましたね。しかしそのその先は触れていませんでした。

値上げは受け入れる。しかしそのお店の利用頻度はどうなるか？

- i 今まで通り決まった回数を利用してくれる
- ii 今までよりも買う個数や利用頻度は減る
- iii 今まで以上に購入個数も利用頻度も増える

この中ならどれが多いと思いますか？私はおそらく「ii」が多いと思います。私自身が消費者の立場になると嗜好品と触れる時、意識するのはiiです。値上げになれば自然とiiの行動パターンが増えると思います。例えば、毎週1回利用しているお客様がいるとします。その人が10日に1回の来店に減ってしまう。するとその人の一ヶ月の利用頻度は4回から3回へ減ってしまいます。その1回分は新規のお客様で補填しないと売上は維持されないということになります。新たに自分のお店に買いに来てもらうためのアプローチがこれからは大切になるとも思います。

<ハイテクハイタッチとは？>

以前、新規のお客様に来店してもらうキッカケづくりがSNSとご紹介したと思います。しかしSNSを閲覧するとなりのお店がアカウントを取得して毎日宣伝しています。無料でお店の告知ができるSNSは今では当たり前の広告ツールです。そこで、今回はあえてアナログな話へ進めます。

テクノロジーが進化すれば進化するほど人と人との結びつきを欲するというのが「ハイテクハイタッチ」です。簡単にショッピングや出前を頼める時代。頼んだ料理を玄関先に置き配してもらう。そんな時代だからこそ「接客」で新規のお客様を取り込もうというのが今週のテーマです。あるお店ではコロナになってから接客に意識をしているというオーナーさんがいらっしゃいました。また他のオーナーさんは新しいパートの女性の接客が素晴らしいので安心してお店を任せられると話していました。両オーナーさんとも接客に比重をおいて新規のお客様の来店頻度を高めようとしています。接客こそ差別化のストロングポイントになると感じました。

<10月の納品書番号のおみくじについて>

3月からスタートした納品書番号のおみくじですが今度もやります！実は・・・この企画スタートしてから申請があったのは1件だけ！勿体ないです！せっかくのチャンスなので見逃さずをお願いします！

今一度、ルールのご説明。この納品書番号で納品された場合は当たりです！納品書の金額から10%オフします。自動的にオフはしません。お客様から「当選しました！」とメールか電話、LINEでご連絡をいただくと確定です。締切は翌月の1日までです。今回は10月1日が締め切りです。

9月の番号は「43421」と「43507」です。値上げが多い昨今、こんな形での値引きしかできませんが奮ってご参加ください。



売る美学®



キッチンカー開業セミナー



豊吉公式 Twitter



株式会社豊吉ホームページ