

クーポン活用で、顧客単価1000円UP!↗

商品を知ってもらうきっかけとしてクーポンを活用したところ、顧客単価のアップに成功。気軽にメニューをお勧めできます。



店頭の様子

Store's Profile

横浜のトリミングサロン

“生涯のパートナー”をテーマに飼い主様、ワンちゃんが安心して立ち寄れるサロン。歳をとって苦手な施術があっても、オーナー様としっかり話し合い、本当に必要な施術をアドバイスいたします。



トリミングをされたワンちゃんのお写真



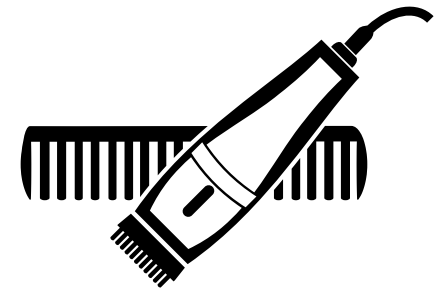


普段触るスマートフォンに入っているだけで、日常においてもらっている感じがします。

アプリを入れていただいた上での割引で、
再来店率アップ! 



ご代表より
お客様一人一人に対して、LINEで写真を送る取り組みをしています。今までは同じ犬種だと分からなくなってしまっていたので、この取り組みによって、私たちもワンちゃんの名前を覚えることができ、個々のお客様をしっかり把握していることが私たちの強みですね。



お客様アンケート

営業担当からの電話を受けて頂けた理由、印象について

・長くアプリを導入しているのが、信頼がしているだけではないと、思いました。

営業担当について、導入頂いた理由・決めたについて

・毎月「イメージ」として、LINEで送られてきたのが、
・将来的にアプリが必須になると思い、導入した。

納品担当について

・丁寧な対応、対応してくれました。

出来上がった商品のクオリティについて

・個人事業主アプリが、とても良いと思う

サポートの対応はどうか?

・対応に時間がかかるとは思いますが、丁寧な対応で、
・もう少し提案がほしい。

導入後の効果・反響について

・クーポン利用には、オプションを付けてもらうのが、
・顧客単価に繋がった。

▲ お客様アンケート

個々のお客様をしっかりと把握していることが、私たちの強みですね。(ご代表より)

導入のきっかけ

2004年に、もともと働いていた空間デザインの仕事を退職し、昔からワンちゃんが好きだったこともあり、お店を開業しました。はじめは一人でやっていましたが、土曜日が忙しくなり、単発でアルバイトさんを雇っていましたが、3年目を迎えるタイミングで営業の方がいらっしゃって、その当時たくさん営業があり、何をチョイスしたらいいかわからない中で、熱心に時間をかけてお話をさせていただきました。

アプリの先駆けのタイミングという

こともあり、他にやっている店舗様も少なく(もちろん少ないからこそその不安というのもありましたが) **予約機能などがワンパッケージ化しており、網羅できるところが決め手でした。**

導入してみてどうでしたか?

最初にご利用のお客様が、「アプリ? どうやるの?」というお声が多かったので、(アプリを)入れてもらえればよかったと思っていました。しかし、今はアプリがコンビニなど様々なシーンで使われて

いる時代なので、もっと最大限に活かした方がいいのかなと思いはじめています。

機能としては毎月配信のクーポンを活用しています。商品を知ってもらおうきっかけとして、「こういうのもやってみますか?」などとオススメがしやすくなっています。普段だったら、一つのメニューで終わってしまうところを、プラスのオプションとして「ちょうどクーポンがあるのでやってみませんか」とご提案がしやすくなりました。その方にあったものを気軽に

にオススメできるので、大変活躍しております。

導入後の反響は?

顧客単価は上がりましたね。新規のお客様限定のクーポンを(アプリのインストールを促す形で)使っていただくことで、一度アプリを入れてもらっているのも、また来店していただけるという顧客化に繋がったと思います。スマートフォンにアプリが入っているだけで違うのかなって。アプリをインストールしてもらうことでポイントも溜まっていくので、新しい

(違う)お店に行って会員登録などをやるよりも手間がかからないので、リピートに繋がりがやすくなった気がします。スマートフォンという“毎日さわるもの、日常”に私たちをおいてもらっているという感じですね。

今後のビジョンについて

以前のお客様は(毛が)伸びた分だけを切ればいいやという方が多かったのですが、ワンちゃんの人気投票を店頭で行うことによって、今はこだわりを持ってご来店されるお客様が増えた気がし