

集客を仕掛ける

7（セブン）フォースという常識

お客様に自店を選択してもらうためには何が必要なのでしょうか？

- (1) 広告宣伝
- (2) 高いスタート数
- (3) 高い設定
- (4) 新台
- (5) 人気機種
- (6) イベント
- (7) 出玉

という常識になるのではないのでしょうか。

この中に接客という項目が入っていません。

それは接客という項目は、離反防止であり、
集客という貢献をしないからです。

問題はこの7つの基礎構図です。

どういうことかと申し上げれば、影響を与え合う関係性です。

まずは認知してもらわなければ、来店してもらえません。

そのためには広告宣伝が必要になります。

しかし何を広告宣伝するのかといえば、遊技機になってしまいます。

そう、自店の広告宣伝ではないということです。

何を申し上げているのか？

たしかに遊技機による訴求効果には高いものがあります。

しかしそれはメーカーでのものであり、自店のものではありません。

広告宣伝を繰り返しても、自店のイメージ効果は重なって行かない、ということになるのです。

高い期待値で集客すれば、いつまでもその状態を維持できないので、すぐに客離れが起きてしまいます。

新台も、一度打てば新台ではなくなるため、すぐに集客効果は失われ、何回も繰り返すことになります。

イベントも一過性のものであり、持続効果などありません。

この中で一番効果が高く利益貢献があるものは、人気機種です。

しかし人気機種が簡単に手に入らないことをご存知だと思います。

最初から分かっていたとして、継続的なお付き合いがなければ、購入できないのが現実です。

結論を申し上げれば、自店舗の広告宣伝を繰り返すことが大切です。

しかし売るべきものが無いのであれば、できません。

もうどうすれば良いのか、おわかりだと思います。

新台の入替にともない、その凄い回数のたびに、

自店に売るものがあれば、お客様は増えていくのです。