

一撃でお客様を増やすという考え方

今日のお客様をすぐに増やす方法があります。

それは人気機種を導入したり、増台することです。

または新しい新台を導入する。

出玉系のイベントを開催する。

広く刺激的に広告宣伝を行う。

これをやると直ぐに反応が得られます。

しかしその提供するといわれている価値が、

実際には低かったり、期待外れだった場合、

お客様の失望と同時に離反も起きてしまいます。

つまりあせって集客をすると、長期的には客数減となります。

どうしても目先のお客様が欲しいという気持ちは充分に分かります。

しかしその誘惑に負けてしまうと、取り返しのつかないことになります。

ではどうしたらよいのでしょうか？

長い視点（ロングレンジ）で営業を設計することです。

明日のお客様を今日作ろうとしないことです。

つまり、半年先のお客様を今日つくるという視点が大切になります。

分かりやすく表現すると、

このお正月営業に来店したお客様を、

次のゴールデンウィークに来店してもらおう。

それぐらいの気持ちが必要になります。

毎日来店してくださるお客様は大切です。

しかしそのようなお客様は少数なのです。

多くは、月に一回以下というお客様です。

なのに毎日ご来店くださるお客様をターゲットにして、

サービスやプロモーションを展開しては、失敗します。

毎日、半年先のお客様を作る視点を持って現場に臨みましょう。