

# STAGE 1. 会員獲得ステージ

最重要ステージです。成功の為の**大前提**です！！ 運用開始のモチベーションを維持し、**会員を集め続ける**。一番簡単で、一番難しいステージです。

ポイント次官は、会員獲得継続に向けて ①登録業務の容易性 ②会員獲得に向けての様々な指標 を提供いたします。

## お客様の情報をいかに収集し情報化への準備をできるか

### ●顧客情報登録

#### <基本情報>

基本情報 属性情報 実績情報 その他 DM関連 紹介

【自宅住所】 郵便番号 212-0011 都道府県 神奈川県 市区町村 川崎市幸区幸町 丁目 番地 XXZ7ハート707

【Eメール】 入力 会員種別 職業 会社員 会員ランク ノーマル 状態 VVP

【入会・接客情報】 入会日 2007/05/22 月曜日 入会店舗 0002 原宿店 入会担当 2 松井 接客担当者 3 大田 有効期限 2008/06/19 紹介者番号 (紹介者氏名) 0001 01 0000001 付録

利用日時	取引種別	店舗	売上金額	発行P	交換P	返品P	現在P	メモ
08/05/20 14:07 03	交換	0002 原宿店	0	0	100	0	237	
08/04/27 19:25 02	返品	0002 原宿店	880	0	0	16	337	
07/08/16 13:09 01	売上	0001 新宿店	7,812	148	0	0	353	
07/05/22 15:13 01	売上	0002 原宿店	10,794	205	0	0	205	

#### <属性情報>

基本情報 属性情報 実績情報 その他 DM関連 紹介

【会員分類】 来店動機 折込チラシ 交通手段 マイカー 徒歩 趣味 料理 好きな料理 パスタ 好きなお酒 ビール

【家族情報】 氏名(姓) (名) 性別 生年月日 年齢

(1) 佐藤 サク 佐藤 テオ 男性 1970年05月05日 37歳

(2) 佐藤 サク 佐藤 テア 女性 2001年09月03日 6歳

4人以上の入力を行う場合はこちら→ 家族編集

【会員メモ】 キーワード 紹介あり 幹事 重要顧客 クレーム

#### <実績情報>

基本情報 属性情報 実績情報 その他 DM関連 紹介

【取引実績】 初回来店日 2007/05/22 火曜日 時間 15:13 前回来店日 2008/05/20 火曜日 時間 14:07 未来店日数 35 利用回数 2 (利用人数) 2 総売上金額 17,726 平均購買単価 8,863 最大購買単価 10,794 最小購買単価 7,812 交換回数 1

【ポイント関連】 発行ポイント 353 売上ポイント 353 倍ポイント 0 来店ポイント 0 特別ポイント 0 任意ポイント 0 エコポイント 0 交換ポイント 100 返品ポイント 16 現在ポイント 237 紛失区分 通常

【販促実績】 販促実施回数 3 レスポンス回数 2 (67%) 販促売上金額 18,606

利用日時	取引種別	店舗	売上金額	発行P	交換P	返品P	現在P	メモ
08/05/20 14:07 03	交換	0002 原宿店	0	0	100	0	237	
08/04/27 19:25 02	返品	0002 原宿店	880	0	0	16	337	
07/08/16 13:09 01	売上	0001 新宿店	7,812	148	0	0	353	
07/05/22 15:13 01	売上	0002 原宿店	10,794	205	0	0	205	

#### <その他>

基本情報 属性情報 実績情報 その他 DM関連 紹介

【勤務先など】 会社名 YKコーポレーション 部署 総務部 役職 係長 氏名 佐藤 めぐみ

【写真】 写真情報を付加する

【記念日】 記念日 2000年01月10日 記念日内容 結婚記念日

#### <販促履歴>

【DM発行履歴】

DM発行日	販促名称	販促期間	レスポンス
2007/04/20	スプリングセール	2007/04/01 ~ 2007/05/31	1
2007/07/23	8月誕生日キャンペーン	2007/08/01 ~ 2007/08/31	1
2007/08/30	オウタムセール	2007/09/01 ~ 2007/09/30	0

#### <紹介者情報>

【この会員を紹介した人】

会員番号	氏名	入会日	利用回数	売上金額
0001010000002	黒田 垂矢子	2007/03/10	4	¥7,223
0001010000003	田中 真紀	2007/05/23	2	¥7,108
0001010000004	山田 久仁子	2007/02/16	13	¥15,713

- ▶ より多くの情報を、いかに簡単に登録するか？ポイント次官は、今後も追求していきます。今回は、登録の為に専用画面を作りました。殆どの操作がキーボードのみで入力できます。郵便番号からの住所検索はもちろん、住所からの郵便番号の逆検索や地区・郵便番号エリア・任意エリアなども自動登録が可能です。
- ▶ 最強のマーケティングは、**口コミ**です。今回は、**紹介者の情報化**を可能にしました。だれが何人の方を紹介し、その方々がどれだけお店に貢献しているかを把握できます。また、利用回数や利用金額、獲得ポイントなどの実績データだけでなく、**DMやメールを使った販促実施状況、それに対するレスポンス状況を各個人ごとに確認**することができます。

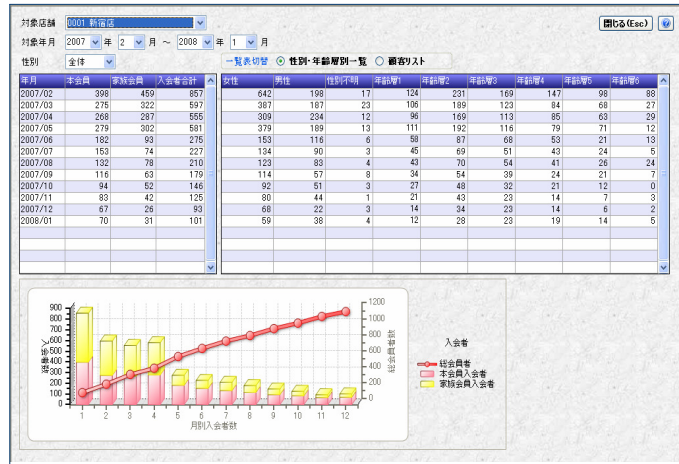
# 成功の秘訣は一人でも多くのお客様にカードを利用していただくこと

## 入会者数の推移の把握と スタッフのモチベーションの継続

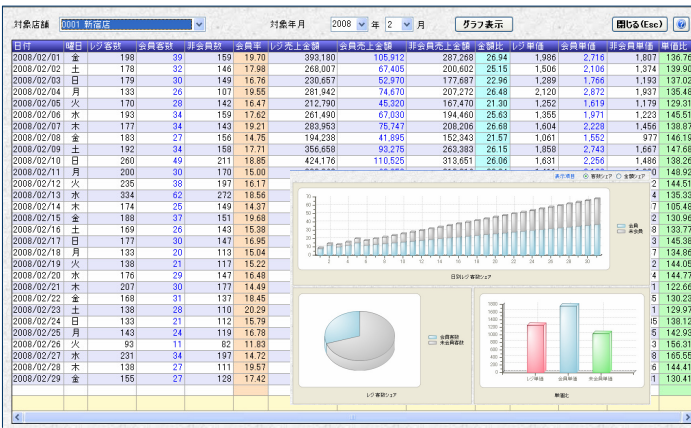
- ▶ポイントカード導入店のうち、どのお店も最初の3ヶ月は一生懸命なのですが、その後急にトーンダウンする傾向があります。その為、入会者数の推移や性別・年齢層別といった傾向を把握しておく必要があります。
- ▶また、カードをお勧めするスタッフのモチベーションを維持することも大切です。ファンづくりでは、お客様ごとに担当者の登録ができますので、カード入会を勧誘したスタッフの履歴と実績を情報化できます。お店全体やスタッフ別の目標管理などにご利用ください。
- ▶各スタッフの担当するお客様が、どれだけ来店されお買物されたかは、担当者別実績表で確認できます。

スタッフ自身のお店(会社)に対する、仕事に対する、お客様に対する、意欲やモラルやロイヤリティが実にシンボリックにうかがえてみえます。あなたなら、どう理解しどう活用されますか!?

## ●入会者一覧表／担当者別実績表



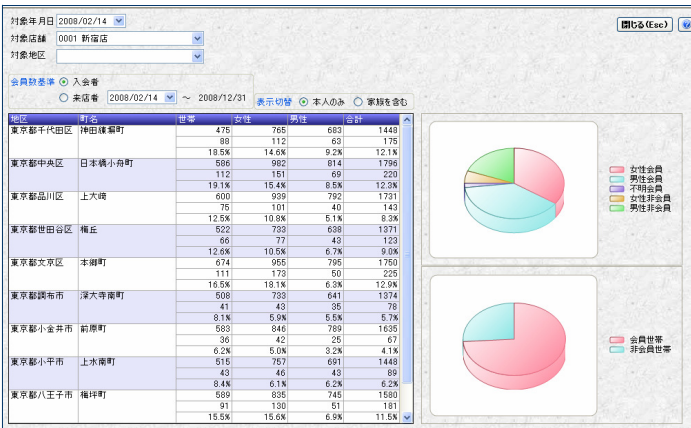
## ●レジ売上実績対比表



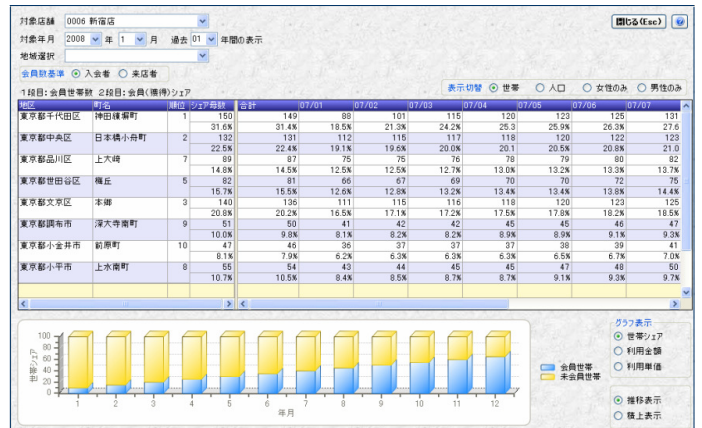
## ポイントカード利用者の割合 を把握し、目標を数値化すること

- ▶1日の終わりに精算したレジのデータ(客数・売上金額)を入力することで、全客数に対するカードの保有率、全売上金額に占める**カード利用者の割合**を把握することができます。
- ▶現在カードがどれだけお客様に浸透しているかがわかります。また、ポイント倍セールなどを行った場合のお客様の反応など、**イベントごとの成果を判断**できます。
- ▶レジ売上に占めるカード会員と非会員の各売上額、そして着目すべきは客単価です。会員単価は、レジ単価と比較してもおおよそ20パーセントは、高くなります。非会員の単価とくらべれば・・・。カード会員の絶対数と利用率をあげればおのずと売上は上がります。カード利用状況を確実に把握し目標化してください。カード成功の第一の秘訣です。

## 地域の方々がどれくらい 会員になって下さっているか?



## ●町(丁目)別顧客シェア獲得分析表 ●町(丁目)別顧客シェア獲得分析推移表



- ▶戦略地域において売上を伸ばすということは、いかに多くのお客様に会員になっていただけるかがキーポイントになってきます。そのためには、現在の地区ごとの**会員獲得率を知る**必要があります。
- ▶1、2年おきに各市町村から出される各地域ごと・世代ごとの人口をマスター登録することで、各地区ごと、世代ごとの会員獲得率を把握できます。
- ▶男女別のシェア獲得状況や世帯数に対する比率も把握できます。
- ▶会員数アップ(シェア獲得)のための、ポスティング戦略・チラシ戦略といった販促の基礎データとしてご利用下さい。



# STAGE 2. 実績把握・情報分析ステージ

ポイントカードを利用すれば、「いつ」「誰が」「いくら」利用したのか取引の情報か自動的に入手できます。これはポイントカードでなければ入手するのは困難な貴重なデータです。そのデータをもとにして自店の傾向を把握し、イベントの開催や販促方法の選定に有効に活用しましょう。

## ポイントカード導入後の各店舗の状況・推移を把握する

### ● 日別実績表



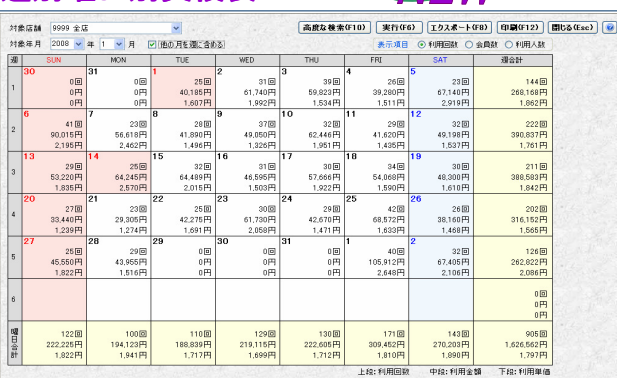
- ▶ 指定月の日ごとの利用回数・利用金額・発行ポイント・利用ポイントが把握できます。
- ▶ ポイントの種類別に内訳が表示されますので、経理資料として利用できます。

### ● 店舗別実績表



- ▶ 店舗ごとに指定期間の利用回数・利用金額・発行ポイント数が把握できます。会員シェア率や利用金額など、店舗間の目標設定に有効です。

### ● 週別曜日別実績表



- ▶ 指定月の利用件数、利用金額、利用単価をカレンダー形式で日別に表示し、下段に曜日別の合計を、右側に週別の合計を示しています。

### ● 実績表

- ・ 日別実績表
- ・ 月別曜日別売上実績表
- ・ 郵便番号別実績推移表
- ・ 会員種別分類別実績表
- ・ RFM分析
- ・ 入会者推移(帰属)

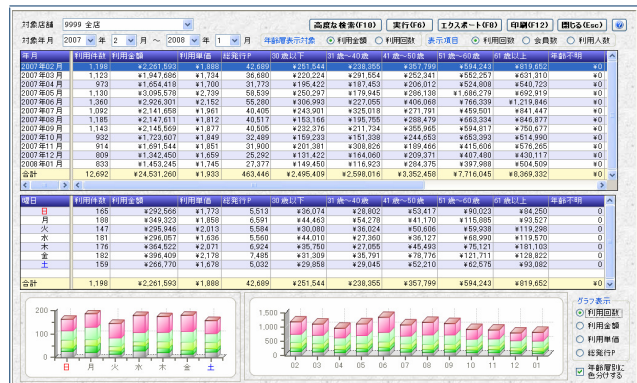
- ・ 店舗別実績表
- ・ 時間帯別実績表
- ・ 年齢層別集計表
- ・ ポイント分布表
- ・ デリル分析
- ・ 回数別顧客推移表

### ● 時間帯別実績表



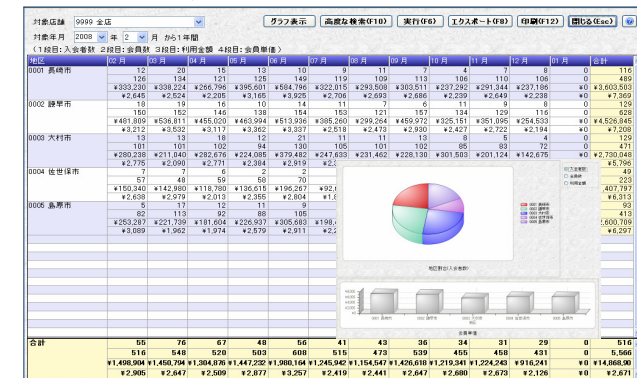
- ▶ 指定日・指定月だけではなく、年間及び複数年の各世代の時間帯ごとの利用回数・利用金額が把握できます。
- ▶ イベントや従業員のシフト管理に活用できます。

### ● 月別曜日別実績表



- ▶ 各世代ごとに月別利用回数・利用金額・平均単価などの情報が一覧できます。又、指定年月の曜日別情報も一覧できます。世代構成は業種にあわせ、自由に5世代の設定が可能です。

### ● 地区別実績表



- ▶ 地区ごとに入会者数・利用回数・利用金額・利用単価の1年間の推移が把握できます。商圏の把握、戦略地域(折込みチラシの配布地域)の設定などに活用できます。

- ・ 地区別実績表
- ・ 担当者実績表
- ・ 週別曜日別実績表
- ・ 取引明細一覧表
- ・ 顧客動向分析
- ・ 町(〒)別顧客シェア獲得分析表

- ・ レジ売上実績対比表(日別・月別)
- ・ 入会者一覧表
- ・ 顧客ランキング表
- ・ 店舗別ポイント集計表
- ・ 販促効果判定表
- ・ 町(〒)別顧客シェア獲得分析推移表

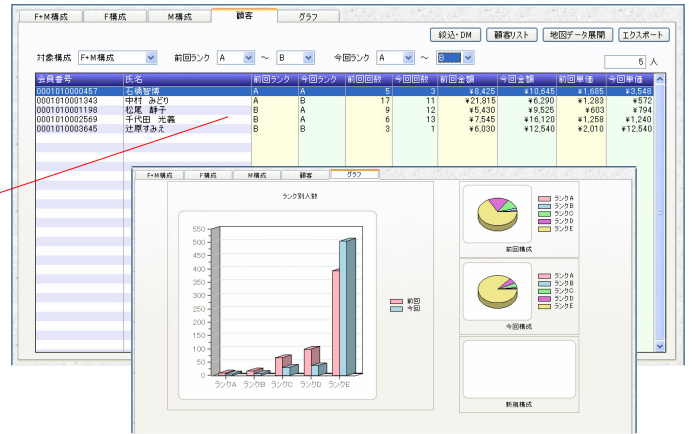
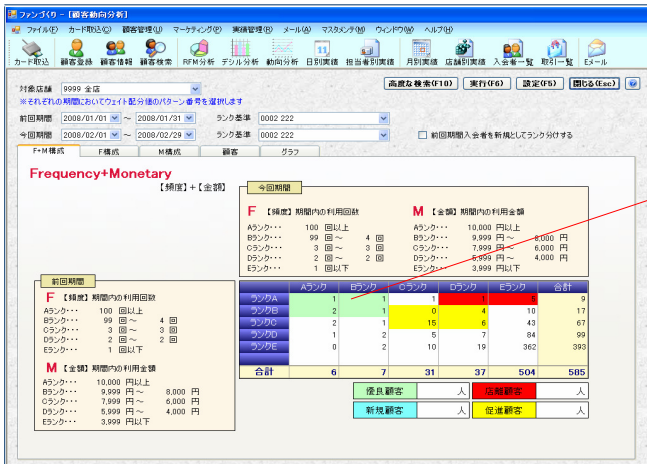






# 静から動の分析へ。顧客の動向を把握した戦略を

## ●顧客動向分析



- ▶ まず、任意の期間(前回期間)を指定し、指定期間内の利用回数・利用金額から顧客をランク A~E の5段階評価に分類します。次に別の期間(今回期間)を指定し同じ分類を行います。2度の分析結果をマトリックス(表)にまとめるとランク間の移動人数が把握できます。①優良顧客 ②新規顧客 ③店離れ傾向の顧客 ④促進顧客といったセグメント(顧客グループ)としてとらえることもできます。
- ▶ 新規に入会されたお客様が今回期間にどれだけ定着したかを把握することもできます。
- ▶ ランクづけの基準も RFM 分析同様自由に設定できますので、その店舗独自のランクづけができます。
- ▶ お店独自でセグメント(顧客グループ)という捕らえ方をすることにより、優良顧客に対しては、その維持継続を図り、新規顧客については定着率の把握と定着推進、店離れ傾向の顧客に対してはその呼び戻しに努めるなど、販促・ケアを行うべき対象顧客とその方針(施策)がおのずと見えてきます。
- ▶ それぞれのランクの顧客はリストアップ出来ますので、動向に応じ、DM や E-mail を利用した販促・ケアが行えます。
- ▶ マーケット(顧客)は常に変化しています。お客様の動向(行動)がお店に対して何らかの警告を発しています。そのシグナルを見落とさないようにお客様の動向を常に把握しておく必要があるのではないのでしょうか。

# ポイント次官を利用しての「攻め」と「アフターフォロー」

## ●定期メール 予約メール

・7日後に誕生日を迎えるお客様へバースデーメールを出したい。そういった場合、毎日対象となる人を抽出してメールを送信するといった作業を行わなければいけません。そういった手間を解消したのが定期メールです。右記画面のように条件と送信文章・送信時間を設定しておくことで、機械が自動的にお客様を抽出し情報を発信してくれます。

定期メール名	条件	送信
誕生日	お誕生日が7日後	する
有効期限切れ	カード有効期限が14日後	する
入会御礼	ご入会日が1日前	する
来店御礼	前回来店日が2日前	する
有効期限1ヶ月	カード有効期限が30日後	する
有効期限2ヶ月	カード有効期限が60日後	する

- ・この機能を使うことで、昨日来店頂いたお客様やご入会頂いたお客様に、来店御礼・入会御礼のメールを自動で送信することも可能です。有効期限切れが迫ったお客様に案内を出すこともできます。手間をかけずにお客様への細かいアプローチとアフターフォローにご利用下さい。
- ・お客様の宛名やお手持ちポイント数、有効期限の差込み送信も可能です。

# お客様の定着状況・失客状況(定着率)を把握した運用を

## ●入会者推移(回帰)表

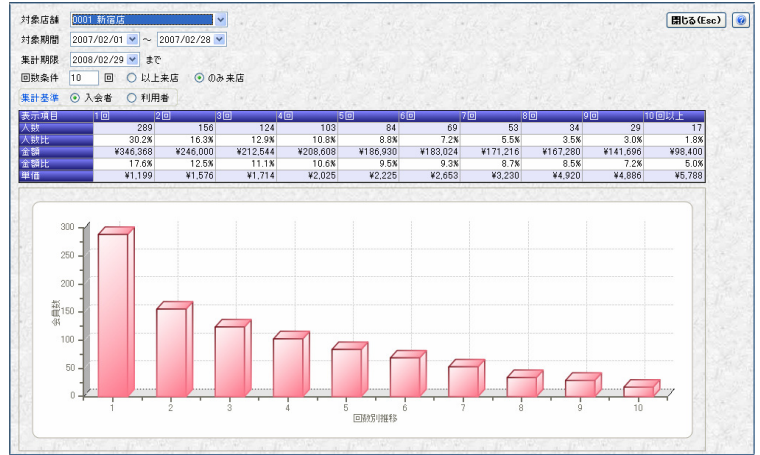
NEW

入会年月	入会者数	07年04月~07年06月	07年07月~07年09月	07年10月~07年12月	08年01月~08年03月	08年04月~08年06月	08年07月~08年09月	08年10月~08年12月
07年04月~07年06月入会者	822人	822人	334人	352人	217人	297人	350人	215人
07年07月~07年09月入会者	467人	0人	467人	3056人	2640人	3245人	3183人	2616人
07年10月~07年12月入会者	293人	0人	467人	129人	114人	118人	128人	102人
08年01月~08年03月入会者	224人	0人	344人	393人	349人	399人	366人	366人
08年04月~08年06月入会者	211人	0人	7356人	7556人	7473人	7255人	7616人	7616人
08年07月~08年09月入会者	152人	0人	293人	67人	69人	52人	41人	41人
08年10月~08年12月入会者	107人	0人	0人	0人	0人	0人	0人	0人
入会者数計	2,276人	822人	801人	668人	622人	719人	688人	558人

- ▶ 指定した期間に入会されたお客様が、その後どれくらい継続して利用されているのか、若しくは離反されたのかを時系列に確認することができます。
- ▶ また、その失脚したお客様に替わり、新規の顧客を獲得することで、どれだけ補填できているかを把握することができます。
- ▶ 利用顧客数の推移をグラフで把握すると共に、優良利用者、離反者のピックアップにご利用ください。

## ●回数別顧客推移表

NEW



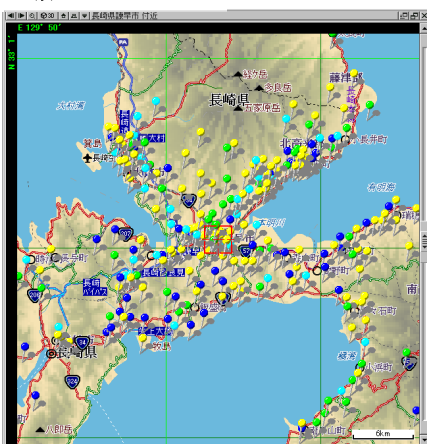
- ▶ 指定した期間に入会され、もしくは利用されたお客様が、その後どれくらい継続して利用されたのかを利用回数を基準にして確認することができます。
- ▶ バーゲンの期間に入会されたお客様の利用度合いや、キャンペーン毎の入会・利用者の利用度合いを分析することができます。左表の時系列の分析と比較してご利用ください。

# 地図上で商圈を把握し、DM・チラシの効率 UP

## ●地図情報への展開

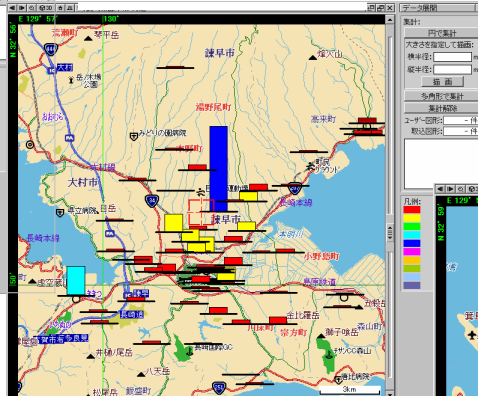
- ▶ 「ポイント次官」で集計したデータを地図情報に渡して(CSVデータ出力)地図ソフト上に展開し、視覚的に分析することが可能です。自店の商圈把握やDM・チラシの配布先の検討、今後の店舗展開の参考にすることができます。地図に展開すると、今まで見えなかった部分が見えてくるかもしれません。「ポイント次官」では地図に展開するデータを数パターン準備いたしますので、その情報(CSVデータ)を地図ソフトに取り込んでご利用ください。

### <顧客の分布図>



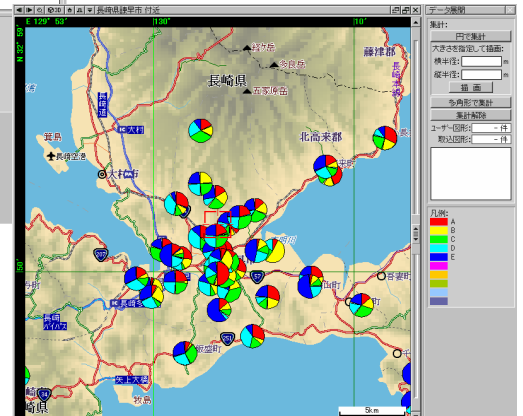
来店回数でピンを色分けしています

### <町別売上高>



町別に売上金額を集計し、棒グラフで表現しています。

### <町別RFMランク比率>



町別にRFMのランク人数を集計しその比率を円グラフで表現しています。

※(株)ゼンリン社の地図ソフトが別途必要となります。