

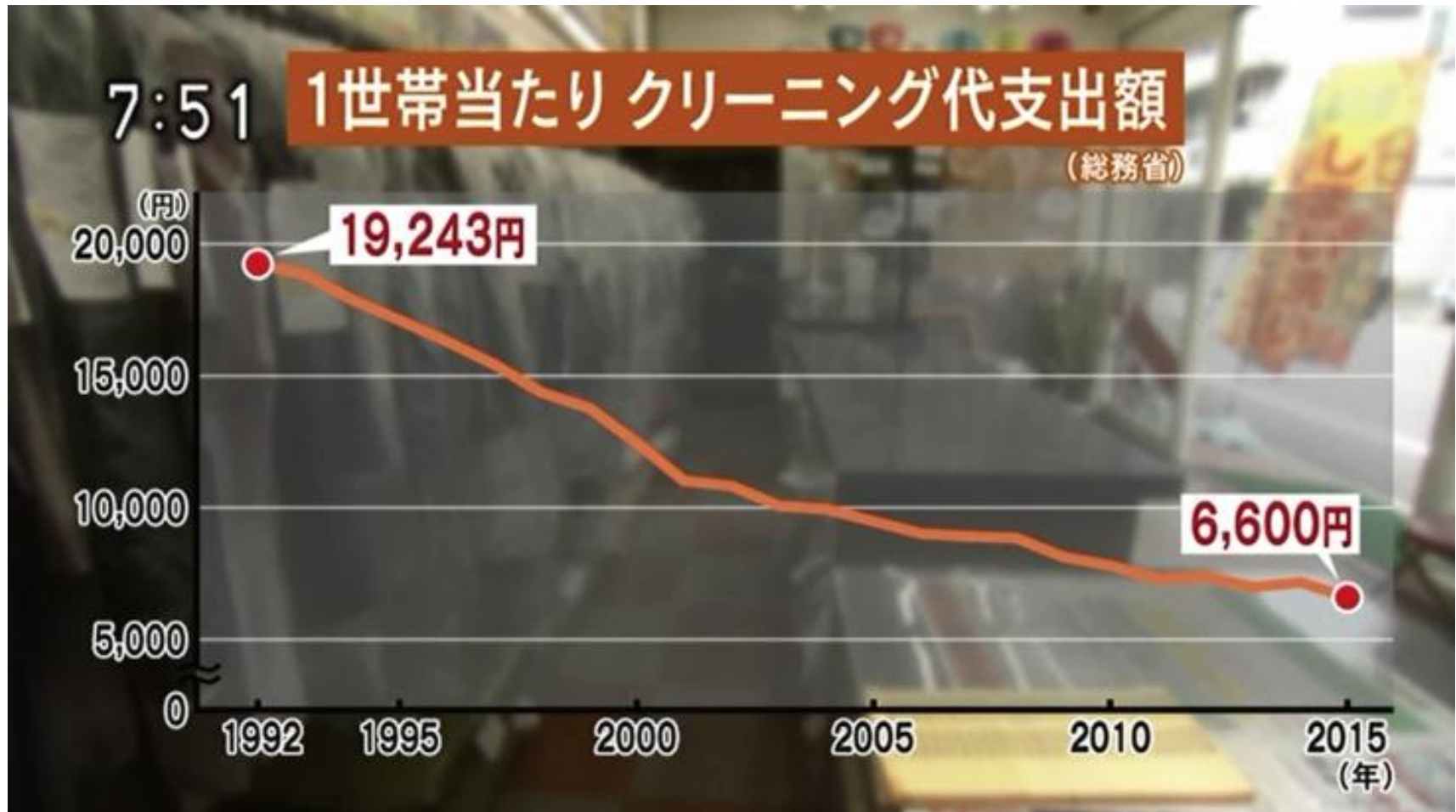
# 2017年ぶんちゃん研修会2月会

儲かるクリーニング店の作り方!!

# クリーニング業界の現状

- 定年退職者の増加
  - ⇒定年退職する世代の出生数は約200万人
  - ⇒新社会人になる世代の出生数は約120万人
- 1世帯当たりクリーニング支出の低下
  - ⇒1992年 19,243円
  - ⇒2015年 6,600円 (約1/3)
- 人材不足(スタッフが集まらない)
  - ⇒2016年11月の石井文泉堂の面接 21名
  - ⇒求める人材が見ている媒体を探す

# 1/3まで下がったクリーニング支出



# こんな厳しい業界で儲かるのか？

5つのポイントを抑えたら、しばらく(3~5年)は儲かります。→**残存利益!!**

1) 売上や客数などの**数字**を見る。

2) **納期**を守る。→→**在庫**を減らす。

3) お客様に**お知らせ**する。

4) お客様と繋がる・**仲良**くなる。

5) お客様にきちっと**オススメ**する。

◆ 販促指導教本はこの順番で書かれています。

# 儲かる売上の上げ方

売上＝点数×点単価

売上＝客数×客単価

売上＝**有効会員数**×**来店回数**×客単価

◆**有効会員数**を増やすために

◆**来店回数**を増やすために

◆**客単価**を増やすために

3つの数字を**全て上げる**と儲かる!!

# 月報フォームから数字を見ましょう

- 有効会員数・・・**一番大切な数字(4P)**
- 年間来店回数＝年間客数÷有効会員数  
※セミナー参加者の平均は**6.8回**
- 新規比率＝年間新規数÷年間客数×100  
※**3%以上**が望ましい。平均は3.7%
- 失客率 **20%以下**が望ましい。平均は22.1%  
(1年前の有効会員数＋この1年の新規数－今の有効会員数)  

---

今の有効会員数

## 月報フォームから数字を見ましょう②

- 売上が**上がっている**お店の傾向  
有効会員数とYシャツ点数がUP
  - 売上が**下がっている**お店の傾向  
有効会員数とYシャツ点数がDOWN
- ※Yシャツ点数は来店回数と直結するため

**では、月報と宿題の検証を行います(笑)**

# 既存顧客対策はDM

- DMのメリット

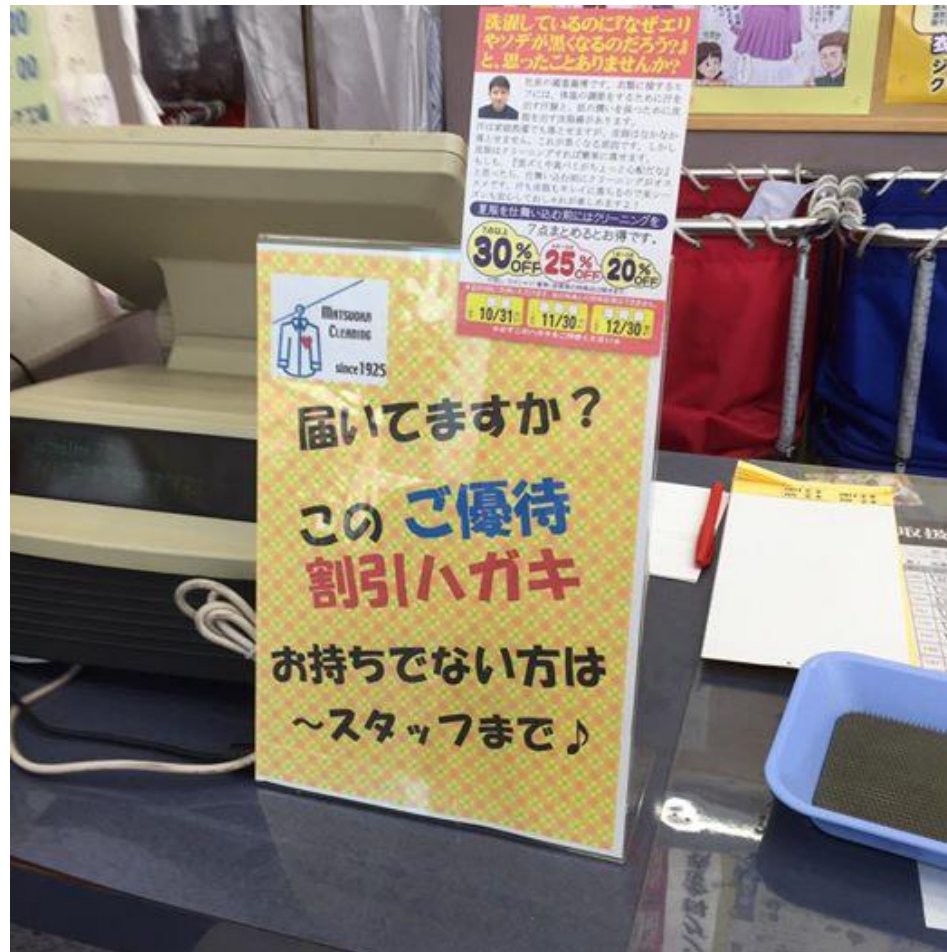
- 1) 有効会員数を減らさない
- 2) 既存客の来店回数が増える(=増やすようにする→→**年4回 & 春2回**のDM)

## DMのデメリット

- 1) コスト高? ... リストの絞りこみとポストIN
- 2) 割引する? ... 単価が下がらないように



# DMの送付コストを下げるために 販促指導教本「P12」からもわかるように、 枚数を減らせばいい



# 割引と点数の関係

割引と点数の関係		工場原価率	35%	
	販売価格	工場原価	利益	点数UP
定価	1,000	350	650	
10%	900	350	550	1.18
20%	800	350	450	1.44
30%	700	350	350	1.86
40%	600	350	250	2.60
50%	500	350	150	4.33

# DMの作り方！！

- ①割引方法… 単純割引、2段階点数しぼり、3段階点数しぼりの3つからお選びください。石井文泉堂のオススメは3段階点数しぼりです。
- ②割引回数… 毎月1回以上は割引できるようにして下さい。点数しぼりの場合、「期間中何回でもOK」をオススメします。
- ③発送回数… 春にお客様と接触することが大切です。1回目(ピンク)は3月上旬送り→4月下旬締め、2回目(青)は5月上旬送り→6月下旬締めと春に2回、DMを送ることをオススメしています。1回しか送らない場合は、分散させる為「y-02」のように毎月1回ずつ使えることをオススメします。

※尚、割引率は参考です。どのようにでも変更できますので、右記注文書に記入頂き、FAXをお願いします。

メインの割引は入れ替え可能です。



付加価値の割引は入れ替え可能です。



# 新規客対策はノボリとA4縦半チラシ

- のぼり4本のインパクト・・・同じものを4本



- A4縦半チラシは同じポストに**3回**入れて認知  
→→ **1年間で7回以上**同じポストに入れると  
回収率が高くなる(実績値2%以上)

# A4縦半チラシはポスティング!!

A4縦半の費用対効果：毎月5000枚の場合

印刷代＋ポスティング費＝8円だと

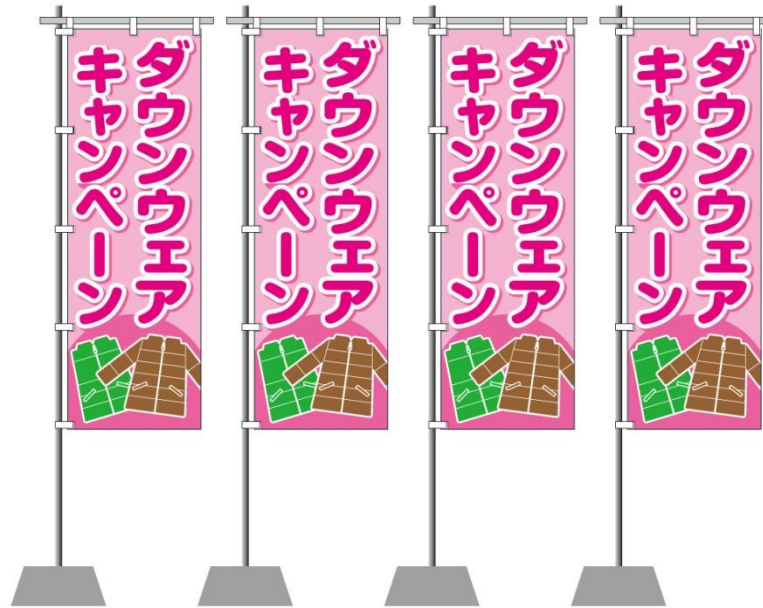
$5000\text{枚} \times 8\text{円} = 40,000\text{円}$

年商1500万円 客単価1,500円の場合

回収率	売上	来客利用率	投資効率
1.0%	$50\text{人} \times 1500\text{円} = 75,000$	6%	1.9倍
1.5%	$75\text{人} \times 1500\text{円} = 112,500$	9%	2.8倍
2.0%	$100\text{人} \times 1500\text{円} = 150,000$	12%	3.8倍

# 客単価UPはダウンとしまいこみセット

- **ダウン**キャンペーンは「のぼり」から



- **しまいこみセット**は、付加価値 & 物販  
ドライ点数の**5%**は必達。目標は**10%**  
担当者別の販売実績を取る。

# 春に向けた「まとめ」

- 1) **DMはお客様を絞り、損しないと思う割引率**  
で、来店回数を客単価UPを狙う
- 2) 新規獲得と来店回数UP、+DMの枚数を  
絞るからこそ**A4縦半チラシをポスティング**
- 3) ダウンキャンペーンは**500円札**がオススメ。
- 4) **しまいこみセット**で新需要を作り、来店回数  
と客単価、点単価をUPさせる。

**目標@5円の点単価UP**

*Fin*

ご清聴ありがとうございました。