

ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>

【客単価UP】分析レポートを基に「2,000円以上でポイント2倍」販促実施▷結果、客単価が10%UPの和菓子店の事例

＼分析レポートを基に「ポイント2倍」販促／
結果、客単価の前月比が10%UP

和菓子店の事例

客単価UP



共通ポイントは、お客様に貯めて使っていただく以外にも、「分析レポート」を活用した販促やキャンペーンの検討を行うことで、より効果的な店舗の利益や顧客満足度の向上が行えます。

業種： 和菓子/洋菓子/ケーキ（物販業）

区分： 事例

和菓子は日本の伝統的な菓子であり、季節やイベントに合わせた商品ラインナップや美しい見た目や繊細な味わいから人気も高く、おやつやお茶うけお土産や贈答品など幅広いシーンで愛されており、個包装の低単価の商品から、用途や価格帯に合った金額の詰め合わせ商品など、幅広く利用されています。

今回は、自店の分析レポートの結果より、客単価の平均以下のお客様をターゲット層とし、客単価を平均まで引き上げるため「お会計2,000円以上でVポイント（旧名称：Tポイント）2倍」の販促キャンペーンを行った結果、前月比を10%UPさせた和菓子店のポイント活用事例をご紹介します。

！目的 ・分析レポート活用による効果的な販促の検討

！施策 ・客単価UPのための「お会計2,000円以上でVポイント2倍」販促

！効果 ・ターゲット顧客層の客単価は2,000円超！店全体でも10%UP

ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>

【客単価UP】分析レポートを基に「2,000円以上でポイント2倍」販促実施▶結果、客単価が10%UPの和菓子店の事例

(目的) 分析レポート活用による効果的な販促の検討

Vポイント（旧名称：Vポイント）にご加盟いただくと、自店の利用者分析レポート（Vポイントレポート）をお店のパソコンから見ていただくことができます。

お客様の売上動向や、性年代などの属性データや商圏エリアMAPなどをレポートで確認していただけます。

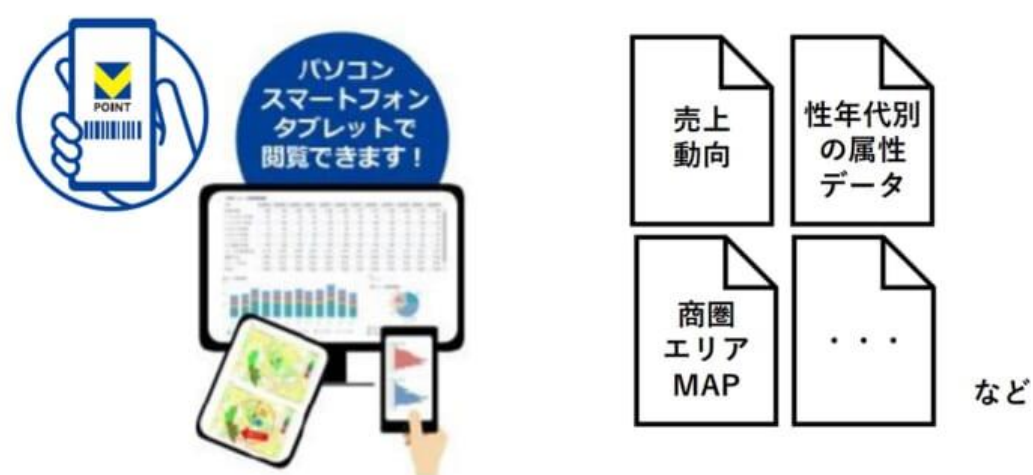
今回ご紹介する和菓子店では、そのVポイントレポートの中のひとつ「デシル分析」を基に、自店の顧客分析の結果からターゲット層を決めて、自店に合う販促内容を検討されました。

「デシル分析」とは、店舗の売上データを元に顧客の売上金額の高い順に10等分し、各ランクごとの売上比率や構成比、一人あたりの売上金額を分析する手法です。

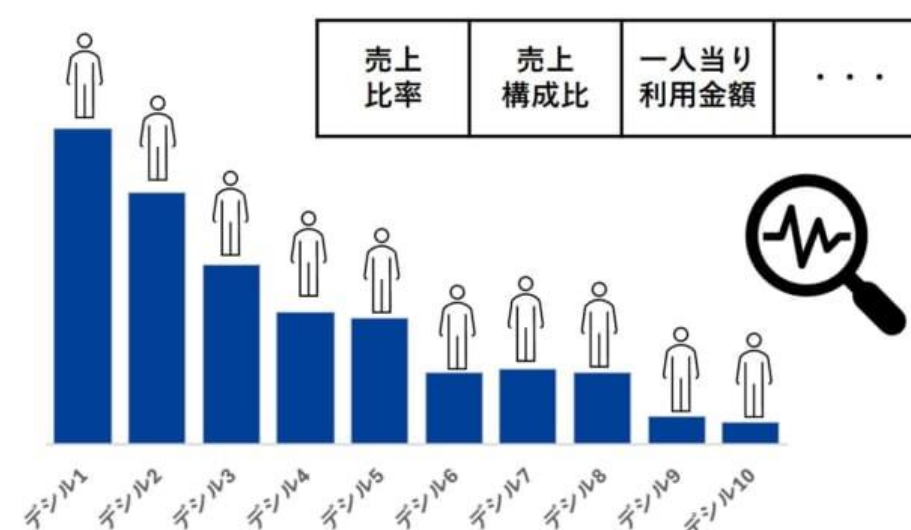
各ランクのお店への売上貢献度が分かることで、お店の売上に関する構造的な課題を見つけたり、それぞれのランクの顧客に適した施策を実施することが可能です。

販促やキャンペーンを考える際、自店の分析レポートを活用することで、より効果的な集客や売上のUPに繋がっていただきやすくなります。

自店の「利用者分析レポート」がお店で確認可能



お客さまを利用金額の高い順に10等分して見る「デシル分析」



ポイント活用事例 - CASE STUDY -

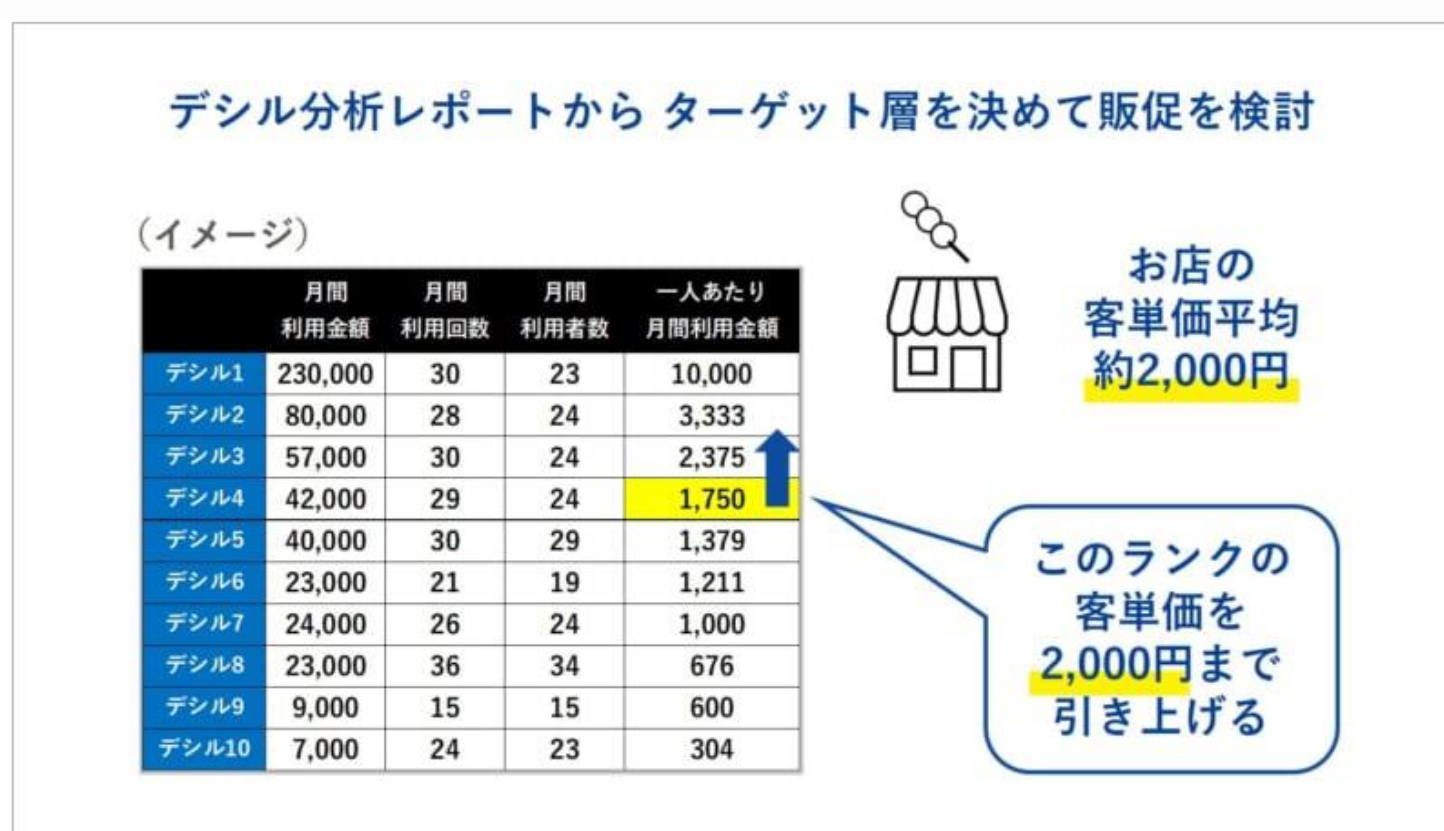
事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>

【客単価UP】分析レポートを基に「2,000円以上でポイント2倍」販促実施▶結果、客単価が10%UPの和菓子店の事例

(施策) 客単価UPのための「お会計2,000円以上でポイント2倍」販促

自店の分析レポートを確認した結果、お店の客単価平均が約2,000円であることが分かりました。その実績を踏まえ、デシル分析レポートより「デシルのランクが2,000円以下のお客さまの客単価を平均まで引き上げられないか」と考えました。



併せて、自店で販売している商品単価と、実際によく購入される商品の組み合わせをスタッフにも確認のうえで、お客さまに「あと1点購入していただける」ような販促内容を検討し、「お会計2,000円以上でTポイント2倍」のポイント倍付けキャンペーンを実施することになりました。

このお店が実際に店頭で行ったのは、

1. 店頭へのキャンペーンポスターの掲示
2. 会計金額が2,000円に満たないお客さまへの「2,000円以上でポイント2倍」のお声がけでした。

分析レポートの実績と、実際にお客さまが良く購入される商品パターンをスタッフにも確認したうえで販促内容を検討することで、お客さまにもあと1点購入していただきやすく、スタッフもおすすめしやすいというメリットもあります。

また、スタッフが販促の趣旨を理解したうえでキャンペーンを実施できるため、より販促効果を高めていただくことに繋がられます。

ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>



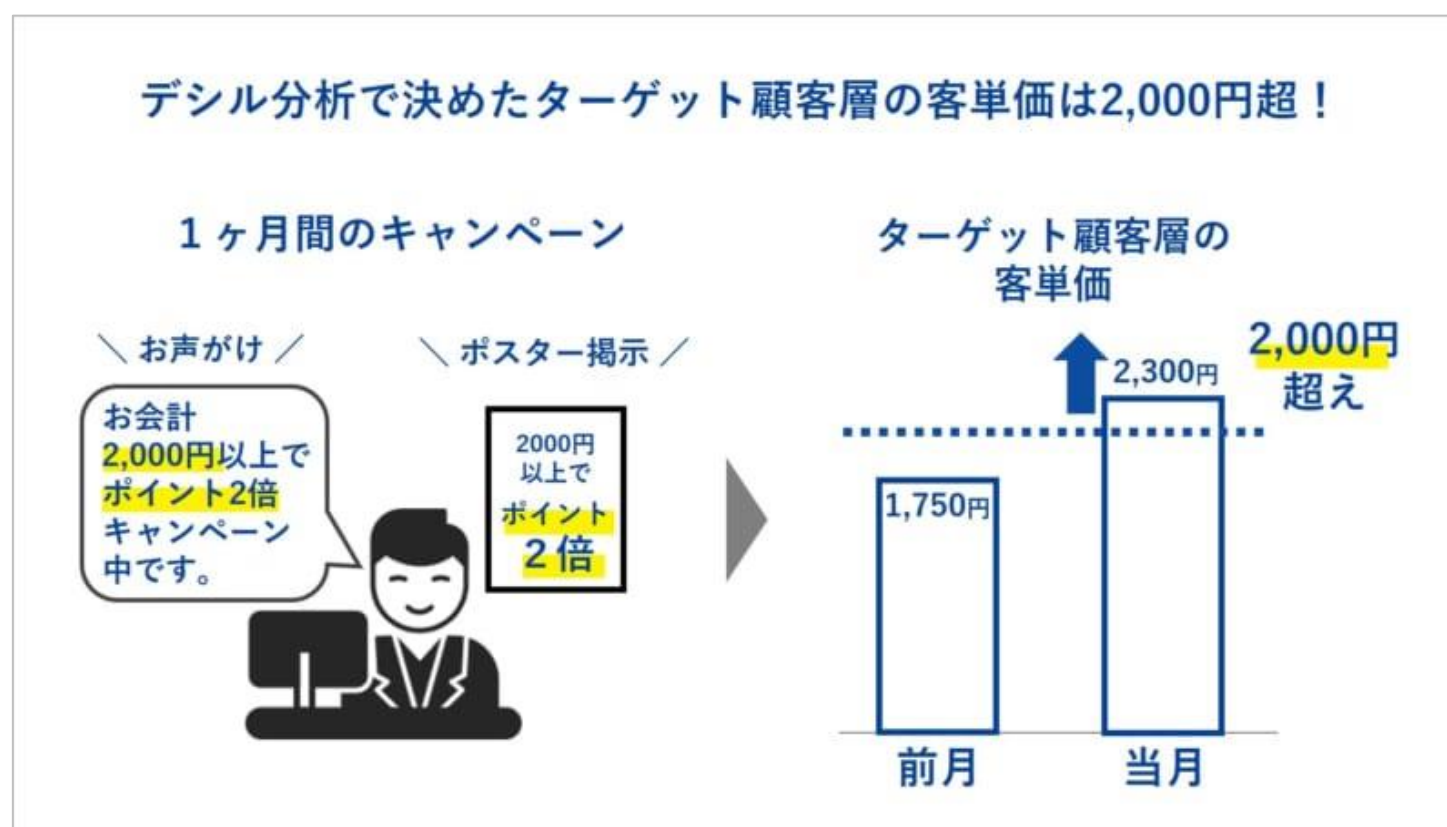
【客単価UP】分析レポートを基に「2,000円以上でポイント2倍」販促実施▷結果、客単価が10%UPの和菓子店の事例

(結果) ターゲット顧客層の客単価は2,000円超！店全体でも10%UP

1ヶ月間キャンペーンを実施した結果、デシル分析で決めたターゲット顧客層の客単価は店舗平均の2,000円を超え、金額では550円ほどUPしました。

また、店全体の客単価も前月比で10%UPしました。

客単価が平均に満たないお客様の客単価を平均金額以上に引き上げられたことで、お店のファンづくりやお得意さま獲得にも繋げていただくことができたと思います。



ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>



【客単価UP】分析レポートを基に「2,000円以上でポイント2倍」 販促実施▶結果、客単価が10%UPの和菓子店の事例

(まとめ) 分析レポート活用によるターゲット層の検討と販促実施

分析レポートを活用し自店の顧客を把握したうえで販促キャンペーンを考えることで、より効果的なお取り組みに繋がっていただくことができます。

また今回ご紹介した和菓子店のように、利用分析と実際のお客さまのリアルな購買傾向の掛け合わせにより、スタッフオペレーションをスムーズに行えたことも、客単価を平均以上に引き上げる結果に繋がったのだと思います。

共通ポイントをお客さまに貯めて使っていただくだけでなく、利用分析の活用により更なるお店の利益や顧客満足度の向上に繋がっていただくことが可能です。

このお取り組みや分析レポートの活用にご興味を持たれた店舗さまは、是非お気軽にCCCMKホールディングスまでお問い合わせください。