

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/>



【新規集客】閑散期にVポイント10倍キャンペーン ▷お客さまが増えて売上が1.3倍にUP！畳店の事例



お客さまの来店が落ち着く閑散期に集客販促を行うことで、より丁寧な接客やサービスをお客さまに提供でき、顧客満足度UPや売上に繋げていただきやすくなります。

業種： 内外装工事、リフォーム（サービス業）

区分： 事例

畳は日本の家屋で利用される伝統的な床材で、新築やリフォームの際に和室や畳がある間取りを検討される方や、自宅に和室が欲しいと考える方も多くいらっしゃいます。畳はメンテナンス次第で長く利用することができますが、寿命は約10年ほどと言われているため、お客さまが買い替えるタイミングでいかにアプローチを行い来ていただくかが非常に大事なアクションです。

今回は閑散期に併せて「Vポイント10倍」の販促キャンペーンを実施し、お客さまが増えて売上前年比が1.3倍にUPした畳店のポイント活用事例をご紹介します。

- 目的 ・ **共通ポイント**を活用した**閑散期**の集客
- 施策 ・ **閑散期**に合わせて「**Vポイント10倍**」の販促を実施
- 効果 ・ **お客さまが増えて売上が1.3倍にUP！** **新規客も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/>



【新規集客】閑散期にVポイント10倍キャンペーン ▷お客さまが増えて売上が1.3倍にUP！畳店の事例

（目的）共通ポイントを活用した閑散期の集客

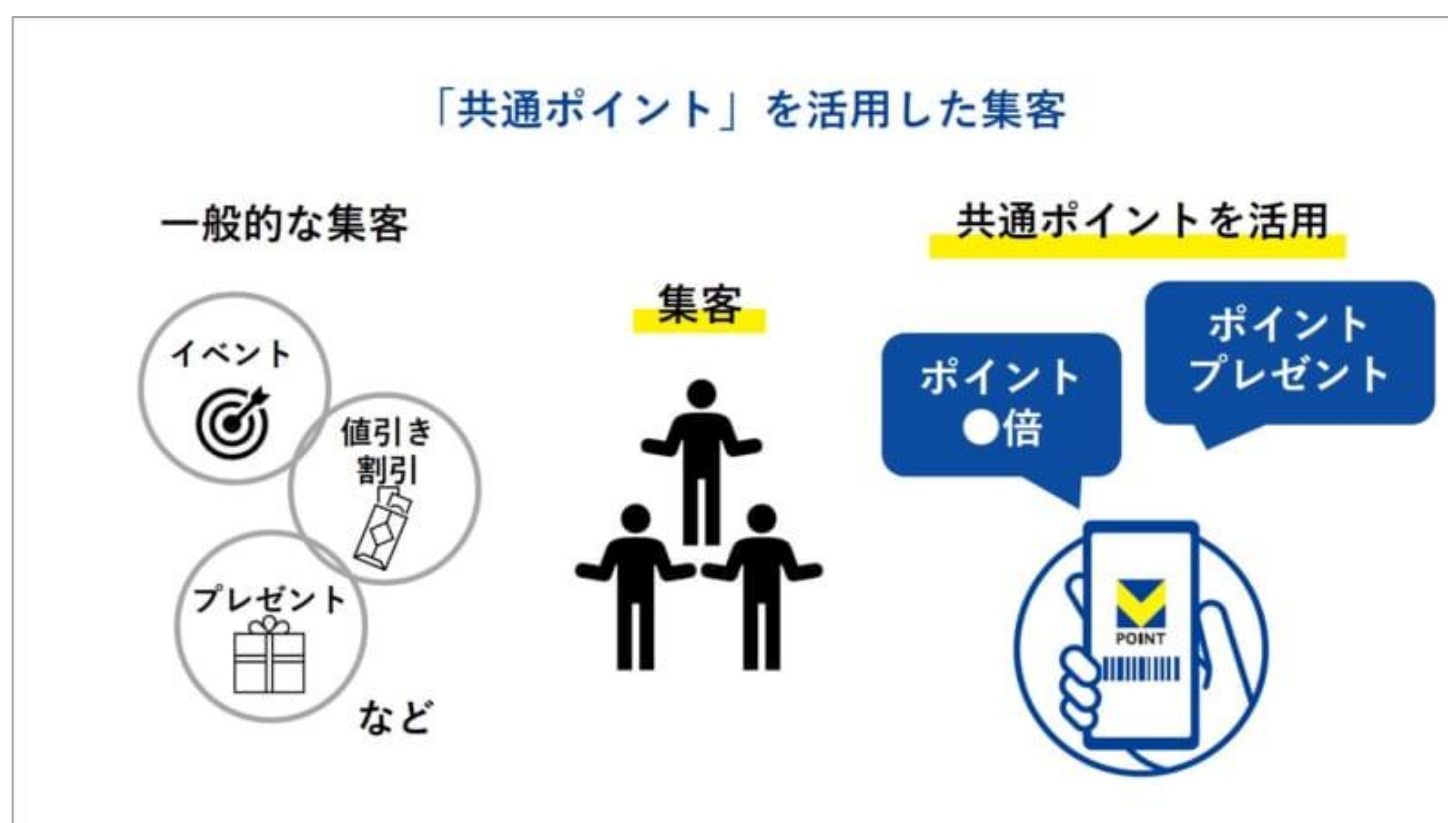
この畳店では、閑散期に合わせてVポイントを活用した集客を検討されました。

年間を通じてお客さまの利用が最も落ち着く閑散期に、集客を検討することはお店にとって非常に大切なアクションです。

集客には、イベント開催や値引きや割引のキャンペーン、特典プレゼントなどが一般的ですが、共通ポイントを活用することで、値引きや特典準備の必要もなく、お客さまのお会計金額に応じたポイント数の付与により集客に繋げていただくことが可能です。

また、他店で貯めたポイントを自店のお買い物に使っていただくこともできますので、初来店のお客さまにもお得にお買い物を楽しんでいただくことができます。

そして、ポイントが貯まることで次回来店のキッカケや、他店との差別化としても効果的です。



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/>



【新規集客】閑散期にVポイント10倍キャンペーン ▷お客さまが増えて売上が1.3倍にUP！畳店の事例

（施策）閑散期に合わせて「Vポイント10倍」の販促を実施

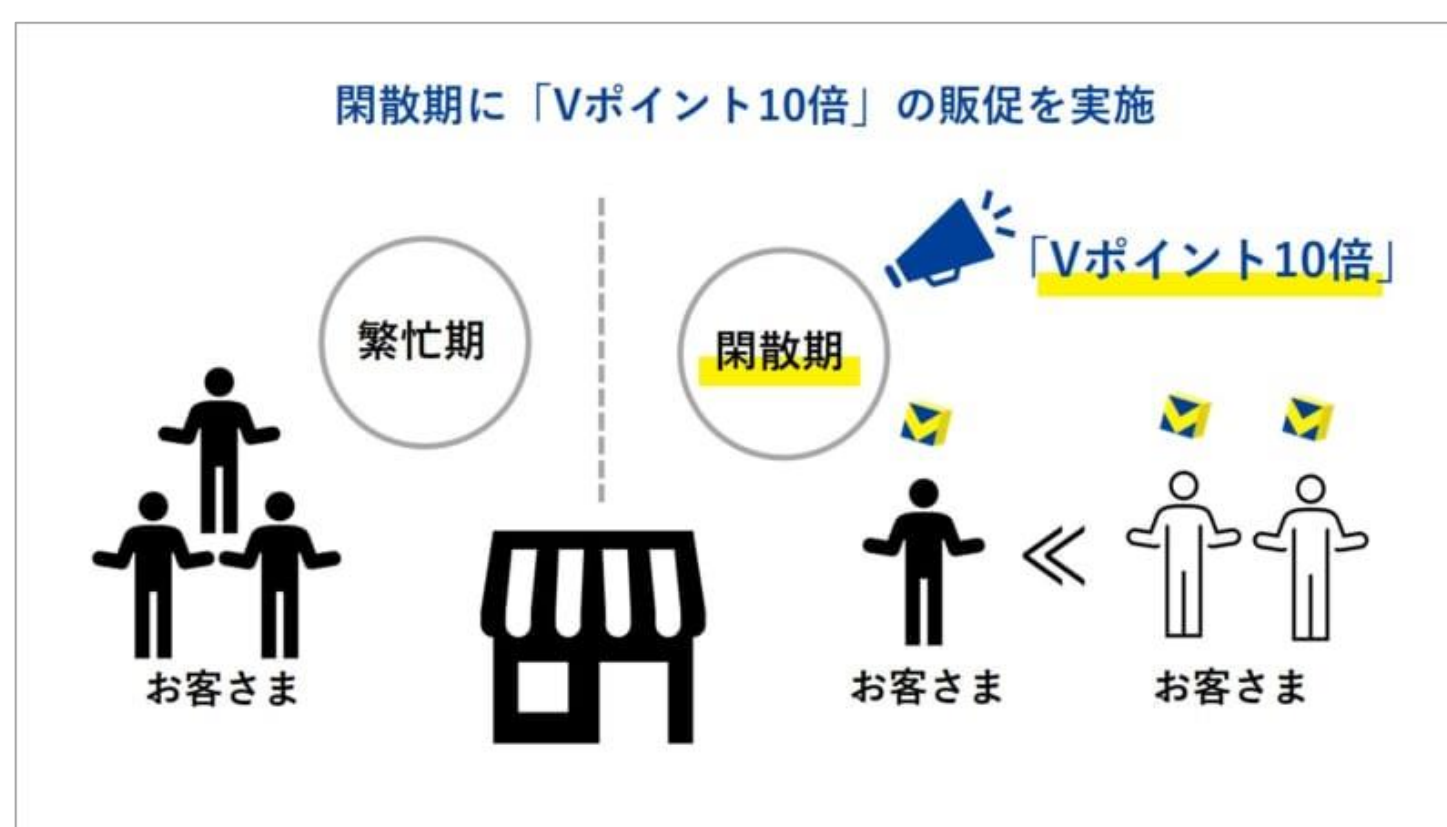
この畳店では、閑散期に合わせて「Vポイント10倍」の販促を実施しました。

畳店の閑散期は、年始やお盆、盛夏といった時期が一般的です。

新しい年が始まる前や、お盆の前に畳を新調したいと考える方が多いためです。

閑散期に販促やキャンペーンを行うことで、お客さまの商品需要の前倒しや後ろ倒しとなり、来店タイミングの分散にもなります。

また、お店も落ち着いているため、より丁寧な接客や商品説明ができ、顧客満足度のUPやお店のファンづくりに繋がっていただきやすいメリットもあります。



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/>

【新規集客】閑散期にVポイント10倍キャンペーン ▷お客さまが増えて売上が1.3倍にUP！畳店の事例

(効果) お客さまが増えて売上が1.3倍にUP！新規客もUP

集客のため「Vポイント10倍」の販促を行った結果、お客さまが増えて売上が前年比で1.3倍にUPしました。

また、新規のお客さまも増え、お店に喜んでいただきました。

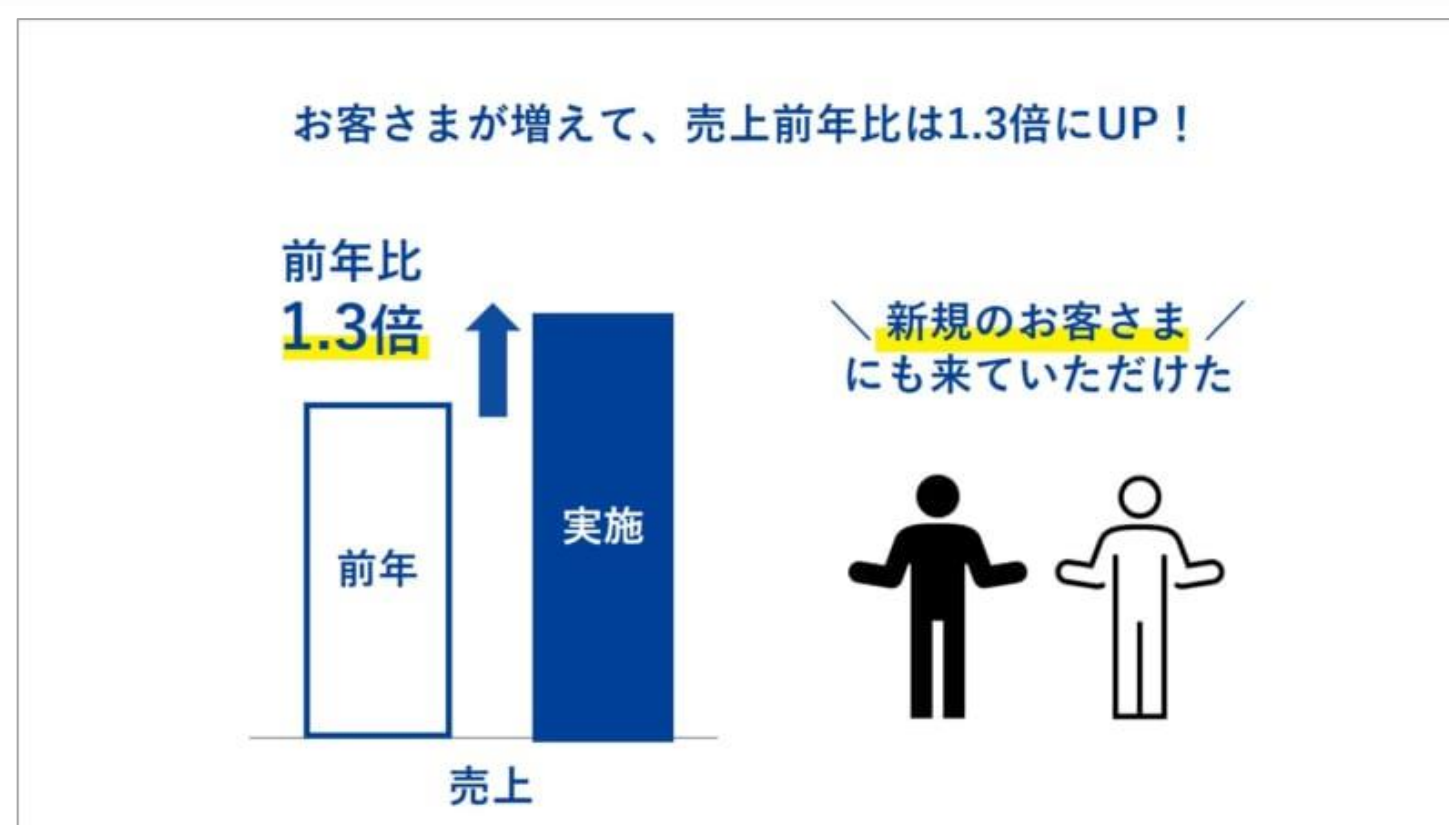
主な畳店の集客は、新聞広告や折り込みチラシといったものが一般的です。

その理由として、畳の寿命はおおよそ10年程度と言われており、お客さまの需要に合わせた販促アプローチをする必要があるためです。

Vポイントでは、お客さまの利用実績を分析レポートで確認することができるので、例えば、自店利用者の商圈分析のレポートから、チラシ配布のエリア選定に役立てることなども可能です。

また、Vポイントにご加盟いただくと、月に1回Vポイントアプリへの個店クーポンの掲載が行えるため、広告掲載やチラシ配布のコストの削減も可能です。

オプションとして、ターゲット層を選定したメール配信も行なっていただけますので、お客さまの需要や再来店の時期に合わせてメール配信を行うことも可能です。



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/>



【新規集客】閑散期にVポイント10倍キャンペーン ▷お客さまが増えて売上が1.3倍にUP！畳店の事例

(まとめ) 閑散期にVポイントを活用して集客を行うメリット

閑散期にVポイントを活用して集客を行うメリットのまとめ

- ◇閑散期に集客を行うことで、来店需要の分散が行える
- ◇お店が落ち着いているため、お客さまにより丁寧な接客や商品説明が行える
- ◇お客様のお会計金額に応じてポイントが貯まるため、値引きや特典の準備が不要
- ◇貯まったポイントでお買い物ができるため、初来店でもお得にお買い物ができ、再来店のキッカケや差別化になる
- ◇分析レポートを活用し、チラシ配布のエリア選定や、利用実績から次回販促の検討に活用できる
- ◇お客さまのターゲット層を絞ったメール配信が行えるため、より効果的な販促が可能

Vポイントを活用することで、お客さまの需要に合わせた効果的な販促を検討することができ、集客や売上UPに繋げていただくことができます。

新規のお客さまがどのような方なのかを把握し、次回再来店のアプローチのお手伝いなども可能です。

このお取り組みやVポイントにご興味を持たれた店舗さまは、是非お気軽にVポイント本部（CCCMKホールディングス）まで、お問い合わせください。



(公開：2024年6月、文章/画像：ポイント活用事例-CASE STUDY-編集部)