

# 半年以上、来店していない休眠客を 顧客単価 8,100 円で集客した方法

## -こんな悩みや課題がある方へ-

- 半年以上の来店がない休眠客のリストがある。
- 休眠客に来店してもらいたいけど、単価が低くなるのはいやだ。
- お店のお勧めメニューを受けてもらいたい。

## -この施策でこんな理想の状態に-

- もう来店されないと諦めていた休眠客が再来店。
- 休眠客が顧客単価 8,000 円以上で来店。
- 休眠客のリストが見込み客のリストに変化。

## 1. 背景

### ～ 状況 ～

お店を出店してから 1 年半以上が経過した為、半年以上来店のない休眠客のリストが蓄積されてきた。そこで、半年以上来店のない休眠客にクーポン付の DM を送り再来店を促した。ただし、カット+トリートメントだけの単価の低いメニューでは、時間帯効果が悪くな

る為、カット+カラー+トリートメントのみ使用できるようにした。さらに、来店されてカウンセリングをする際に、追加のトリートメントを提案し顧客単価のアップを図った。

～ 感情（悩み・問題・不安） ～

今までの休眠客 DM では、すべてのメニューにクーポンを付けており、メニューを限定した DM は初めてだったので効果を出せるかわからなかった。さらに、半年以上来店のないお客様には、今まで割引クーポンの DM などを送付しており、今回の休眠客向け DM で来店されるか不透明だった。

## 2. 目的

半年以上、来店のない休眠客にクーポン付 DM を送付し来店をしてもらう。

## 3. ターゲットの感情予想

Before	After
髪も伸びたし、そろそろどこかの美容室に行こうかなあ。	ちょうどいい時に DM が届いたから、久しぶりに行こう。
髪が傷みだしてきたから、なんとかしたいなあ。	せっかく抽選に当たったから、もったいな
	いしお店に行こうかなあ。

#### 4. 反応予想

MAX

MIN

送付対象者 196 人の 20%、39 人が来店  
される。

送付対象者 196 人の 10%、19 人が来店  
される。

#### 5. 実施した施策

半年以上来店のないお客様をリストアップし、クーポン付DMを3ステップにて送付した。

さらに、来店したお客様にトリートメントの追加（価格：1,350 円）を提案した。送付し

たお客様のリストは下記の通り。

【前回までの来店回数】		【前回までの顧客単価】	
来店回数1回	103人	10,000円以上	19人
来店回数2回	69人	8,000円～9,999円	11人
来店回数3回	5人	6,000円～7,999円	106人
来店回数4回	8人	6,000円未満	60人
来店回数5回	6人		
来店回数6回以上	5人		
合計		196人	

## 6. 結果

### 休眠客1通目

			11/4 (金)	11/5 (土)	11/6 (日)
来店人数			—	—	—
売上			—	—	—
	11/9 (水)	11/10 (木)	11/11 (金)	11/12 (土)	11/13 (日)
来店人数	—	—	—	1人	1人
売上	—	—	—	8,100円	8,100円
	11/16 (水)	11/17 (木)	11/18 (金)	11/19 (土)	11/20 (日)
来店人数	—	—	1人	2人	3人
売上	—	—	8,100円	16,200円	24,300円

### 休眠客2通目

	11/23 (水)	11/24 (木)	11/25 (金)	11/26 (土)	11/27 (日)
来店人数	—	—	—	—	—
売上	—	—	—	—	—
	11/30 (水)	12/1 (木)	12/2 (金)	12/3 (土)	12/4 (日)
来店人数	—	1人	1人	1人	1人
売上	—	8,100円	8,100円	6,750円	8,100円

### 休眠客3通目

	12/7 (水)	12/8 (木)	12/9 (金)	12/10 (土)	12/11 (日)
来店人数	—	—	2人	—	1人
売上	—	—	20,440円	—	8,100円
	12/14 (水)	12/15 (木)	12/16 (金)	12/17 (土)	12/18 (日)
来店人数	—	—	—	—	—
売上	—	—	—	—	—

【施策結果】	【前回来店回数】	【年齢】	【前回来店～今回来店日】
発送人数 196人 来店人数 15人 (7.7%)	来店回数1回 5人 来店回数2回 8人 来店回数3回 0人 来店回数4回 1人 来店回数5回 0人 来店回数6回以上 1人	20代 2人 30代 1人 40代 3人 50代 3人 60代 1人 70代 1人 不明 4人	180日～209日 2人/36人 (5.6%) 210日～239日 3人/22人 (13.6%) 240日～269日 0人/10人 (0%) 270日～299日 0人/17人 (0%) 300日～329日 1人/18人 (5.6%) 330日～359日 3人/13人 (23%) 360日～389日 1人/14人 (7.1%) 390日～ 5人/66人 (7.6%)
【収支】			
1通目発送 (196人) 10,192円 2通目発送 (188人) 9,776円 3通目発送 (184人) 9,568円 DM発送費用合計 29,536円 売上合計 124,390円 収支 94,854円			

## 7. 考察

今回のDMをテストした結果、下記のようなことが考えられる。

### 1. リピート回数が高いお客様が来店した場合、リピート客になりやすい。

今回、15人の休眠客が再来店されたが、その内2人のお客様は5回目と9回目の来店であった。そのお客様は1人は1ヶ月後の次回予約をされ、もう1人は12月分と1月分の予約をされた。この事から、4回以上来店されていて休眠客になってしまったお客様には今後もフォローをしていくことで、優良なリピート客になってもらえる可能性が高くなる。

### 2. DM 発送回数がDMの反応率を下げている可能性

来店回数1回目と2回目のお客様の半年前後の再来店が少なくなっている。特に、来店回数1回目のお客様の場合、前回来店から329日以内のお客様は再来店していない。これは、新規客と2回目のお客様向けのフォローDMが要因にあると予想される。DMに都度クーポンが付いている為、クーポンが特別なものになっていない。さらに、クーポンが付いているのでセールスと受け止められ、信頼残高をなくしてしまっているのではないかと考える。

以上の2点を踏まえ、4回以上来店経歴のある休眠客には、今後も休眠客向けDMを作成し発送をしていき、再来店を促していきたい。しかし、毎回DMでは信頼残高を失ってしまうため、ニュースレターやコンテンツDMを送り、信頼関係の構築を図りながら

DM を送付していきたい。

また新規客と 2 回目のお客様には、新しくフォローDM を作成し送付をしていきたい。

フォローDM の内容は再来店を中心に考えるのではなく、「価値を正しく伝え信頼関係の構築」を前提とし、2 ヶ月以内に再来店をしてもらえるフォローDM を作成しテストをしていきたいと考える。

## **なぜ、この方法が上手くいくのか？**

### **理由 1 確実に見てもらえる**

DM なので、HP やブログとは違い、直接お客様の元へ届けることができます。そして、家のポストに入れるため、必ず手に取らなくてはなりません。そのため、特典を必ずチェックしてもらえます。

### **理由 2 来店しない理由が「なんとなく」だから**

お客様が来店しない理由の 1 位は「なんとなく」。なので、特典付きの DM を送り、もう一度来店する理由を与えてあげることで、再来店をしてくれるようになる。

## **なぜ無料で提供するのか？**

2 つ理由があります。どちらもシンプルな理由です。

1 つ目は、集客代行がどんなことをしているのかを知って欲しいからです。まだまだ沖縄では、集客代行の認知度が低いのが現状です。でも、それが逆にチャンスだと思っています。

なぜなら、無料でお試ししいただければきっとこの価値を理解してもらえと思ったから  
です。そして…

2つ目は、実際にお試しいただきご自身の目で確かめて欲しいからです。顧客リストは、  
ビジネスにとっての資産です。その資産を有効に活用して、一度離れてしまったお客さん  
を呼び戻してほしいと思っているからです。

## 沖縄 集客代行.com

村田 芳彦

〒900-0011

那覇市上之屋 1-19-24-403

050-3592-9457

<http://murata-yoshihiko.com>