

# 売上が上がる「ポイントカード」(会員カード)と 売上が上がらない「ポイントカード」(会員カード)の「差」、 あなたは、知っていましたか？

まずは、2つのデータをご紹介します。

## (1) サイフに入っているカードの枚数は？

女性平均 12.3枚 <平均保有枚数>24.0枚

男性平均 9.0枚 <平均保有枚数>17.8枚

※20代、40代、50代 女性平均 12.9枚

※専業主婦 平均 12.7枚

全体平均 10.7枚 <平均保有枚数>20.9枚



## (2) サイフに入っているカード保有率 ベスト10

①クレジットカード 92.0% ⑥ドラッグストア 76.5%

②Tカード 88.8% ⑦WAON 73.2%

③Pontaカード 82.8% ⑧楽天ポイントカード 71.1%

④スーパーマーケット 79.1% ⑨WAON POINTカード 70.5%

⑤nanaco 77.7% ⑩楽天Edy 67.2%

<参考>上記以外の保有枚数の多いカード

①診察券②美容院、理髪店③家電量販店④ホームセンター⑤クリーニング店

(2017/01 CCCマーケティング様調べ 15才から69歳 3006名を対象)

## 2つのデータからわかること。

※ポイントカードについての考察です。

- (1) 利用店舗の多いカードが常時携帯されています。  
TカードやPontaカードなどは、利用できるお店が多く、携帯率が高くなっています。当然、「ポイント」が貯まりやすいカードとなっています。
- (2) 毎日利用されるお店のカードが常時携帯されています。  
スーパー、コンビニ、ドラッグストア様のカードは、毎日利用できるお店ということもあり、「ポイント」を貯める楽しみがあります。
- (3) 持っているカードの約半分は、常時、携帯されていません、  
携帯されないカードは、家に置いてあったり、使われないままとなります。
- (4) ランク外ですが、「かかりつけ病院」様、「美容院、理髪店」様、「クリーニング店」様は、日常生活に欠かせないということが見て取れます。

カードを作って「売上が上がるお店」と「売上が上がらない店」との「差」、  
それは、「利用頻度」の違いです。

利用頻度が高いお店のカードは、ポイントがよく貯まるので、結果、お店の売上も上がることになります。

では、利用頻度の少ないお店、あなたのお店は、発行してもムダということでしょうか？  
「ポイントカード」(会員カード)を発行しても意味がないのでしょうか？

本当に、「ポイントカード」は「ポイント」を付与する<お金を還元する>ことしか、  
使い途（みち）は、ないのでしょくか？

「ポイントを付与するだけのカード」なら、**あなたのお店には「無用」**かもしれません。

でも、「ポイントカード」を発行する際には、お客様のお名前やメールアドレス、  
電話番号など、お客様の情報をいただくことになります。

**この「お客様情報を活用する」という使いかたはいかがでしょうか？**

**会員のお客様には、あなたの「言葉」、「思い」、「お店の魅力」を直接伝えることができます。**

もし簡単に、お客様とのふれあいができるなら、あなたは、どんな「使いかた」をされますか？  
きっと、いろいろなアイデアが思いついたことと、思います。

## あなたのお店のポイントカードに必要なこと！

- (1)あなたのお店が「利用頻度が低いお店」、「利用回数の少ないお店」、  
「サイフの中の10枚に選ばれないお店」なら、**カードを発行するだけでは、売上は  
上がりません。大きなお店と同じことをしても、同じ結果を得られません。**
- (2)売上を上げる方法は、**2つ**。
  - 1)一つは、来店機会を増やす「企画」を提供すること。  
バレンタインやホワイトデー、母の日、孫の日やお誕生日割引など、理由は何でも。  
お客様に来ていただける企画・イベントを作ります！
  - 2)もうひとつは、お客様への定期的な情報発信！  
**利用回数を増やす代わりに、ふれあう回数を増やしましょう。**  
他店の名前の上書きされないように、「お店の名前」が記憶に残るようにしていきましょう。  
月に2回の定期的な「メールニュース」は、いかがでしょうか？

## ポイントカードの不満をご存じですか？

ポイントカードについての不満 - ワースト 5

- (1)ポイントカードを忘れて、ポイントがつけられなかった
- (2)ポイントカードで、サイフがパンパンになった
- (3)ポイントカードが見つからず、ポイントをつけるのをあきらめた。
- (4)使おうとしたら、有効期限が切れていた。
- (5)買い物した後で、ポイントカードを持っているのに、気づいた。

## あなたに必要なポイントカードシステムは、「ネッピー」です。

ご利用回数の少ないお店、サイフのベスト10に入らないお店には、  
「ネッピー」をおすすめします。

- (1)お客様のポイントカードの「不満を解消」しました。  
会員カードをお忘れの方には、電話番号で、ポイントを付与します。  
会員カードを失くしても、電話番号だけで、OK！ 便利ですね。
- (2)「来店受付画面」は、おもてなしをするための機能です。  
顔写真やヨミガナ、前回のご来店日やご利用履歴などが表示されます。
- (3)「メール機能」で、1・5（イチゴタッチ）、月に2回の定期的な情報発信が簡単に。  
そのほかにも、お客様との「ふれあい機能」を満載。



**お客様とふれあえる画面、**

**お客様と繋がるメールができるのは、「ネッピー」だけ！**

Net de Point <ネッピー>は、  
毎月、売上をあげてくれるポイントカードシステムです。

**「ネッピー」は、  
お客様とふれあうためのポイントカードシステムです。  
来店回数の少ないお店におすすめします。**

お客様とふれあえる「画面」、お客様と繋がる「メール機能」を備えています。  
お客様の不満を解消したポイントカードシステムが「ネッピー」です。

- (1)おもてなしができる「受付画面」が表示されます。  
「会員カード」を読み取ることで、  
お客様の顔写真やヨミガナ、前回までのご利用履歴が  
画面に表示されます。  
お客様の嗜好やお名前を確認できるのが、便利です。
- (2)「1・5(イチゴ)タッチ機能」が用意されています。  
毎月2回のメールニュースで、お客様とのふれあいを  
続けていきます。  
「1・5タッチ」以外にも「お誕生日おめでとうメール」がおすすめです。



## 20日経ったら、よそのお店のお客さま！

マーケティングの神様 ダンケネディ は、  
「20日もコンタクト（ふれあい）がなかったら、忘れられてしまう」と言っています。  
あなたのお店が忘れられないためにできることは、・・・・。

- = 「1・5 (イチゴ) タッチ」は、「月2回のふれあい」のことです。 =  
1日目、5日目、15日周期のふれあいが、ファンのお客様を作ります。
- (1) まず、会員になっていただいたら、その日のうちに、  
「ありがとうハガキ」もしくは「ありがとうメール」を送りましょう。
  - (2) アフターケアの必要な商品やサービスなら、5日以内に  
「その後は、いかがでしょうか？」  
あるいは、「お手入れのアドバイス」ハガキもしくは、メールを送ります。
  - (3) 15日目までに、お店の紹介メールを送ります。  
お客様は、あなたのお店の本当の良さをご存じありません。  
うちのお店は、〇〇が得意です。 △△が自慢です。人気のメニューは・・・  
など、他店との違いを教えてあげてください。  
また、お友達に紹介しやすいように、「キャッチコピー」も添えておくことが  
大切です。
  - (4) その後は、定期的（15日ごと）にメルマガをお送りすることをおすすめします。  
月のはじめは、「季節の移ろい」や「地元の行事や話題」を中心に、  
月の半ばには、「お店のこと」、「スタッフのこと」、「気づきを得たこと」  
など、テーマを決めておくといいでしょう。  
目的は、お客様とふれあうことです。

「イチゴタッチ」は、ネッピーからの提案です。

### <ネッピーの費用> 税別表記です。

- |   |              |                           |            |
|---|--------------|---------------------------|------------|
| ┌ | 1) スタンダードプラン | <ネッピーだけのご利用>              | 月額 12,000円 |
|   | 2) イチゴタッチプラン | <月2回のメール代行、会員登録御礼メール代行含む> | 月額 18,000円 |
|   | 3) プレミアムプラン  | <メール代行サービス含む>             | 月額 24,000円 |
|   | 4) 初回、導入設定費  | 各プランの3カ月分                 |            |



知ってます？  
「ネッピー」のいいところ、  
教えちゃいますね。



1

TOP30

売上順に、お客様をランキングで教えてくれるの。  
ネッピーは、「ポイントカードシステム」だけど、  
お客様ごとの売上も自動で集計してくれてるの。  
大切にしたいお客様がわかるって、良くないですか？

大切にしたいお客様って、「売上をささえて下さるお客様」のことなんだけど、  
「売上を増やしてくれるお客様でもある」んだって。知ってた？

2



「会員カード」を見せるとね、  
お客様の情報が、画面に表示されるんですって。  
前回に来店された日や、来店された回数なんかも  
画面でわかるなんて、すごいでしょ。

店頭で、お客様の情報がみられるのが、いいよね。  
だから、お客様とのおしゃべりが弾んだり、  
つつい、親切にしたいくなっちゃうよ。

3



ネッピーはね、特別な機械はいりません。  
インターネットの画面で、操作するだけ。  
これなら、簡単だし、  
第一、お金をかけなくても、始められるよね。

ネッピーは、「レンタル」(1年)で使えるの。  
だから、「カード」さえ作ったら、すぐに始められるのよ。

4



お客様を選んで、メールを送れる機能。  
お金をかけずにお客様とつながることができるよね。

お店を選ぶなら、日ごろからなじみのあるお店に行きたいですよ。  
メールでのお知らせや、お誕生日にはお祝いメールが届いたり、  
お店の情報を届けてくれるお店、この頃、増えてきていますよ。  
もちろん、「1・5(イチゴ)タッチ」、月に2回のメールニュースも簡単！  
あなたのお店の「魅力」をお客様に、きちんと伝えるための機能です。