

こだわりの専門店様、お客様に寄り添うサロン様
個人商店様へ

毎月売上をあげるための会員カード活用法

速効 11 則 (アタック 11)



あなたのカードには、

「つながるクン」、「ふれあいちゃん」がいますか？



ID CARD LAB
IDカード・ラボ

有限会社ライトフタッフ IDカード事業部

<< 目次 >>

はじめに

1. 会員カードには、キャッチコピーをつけましょう。 . . .	5
2. 「キャッチコピー」は伝言ゲームの始まりです。 . . .	7
3. 「サンクスデー」もしくは「ご縁デー」のおすすめです。 . . .	9
4. 営業時間、定休日、TEL、住所は記載されていますか。 . . .	11
5. あなたのお店の名前は、読めますか？ . . .	13
6. 「苦情窓口」が、未来の売上を作ってくれます。 . . .	15
付録-1 カードに「システム」をプラス、もっと簡単に、もっと楽に . . .	17
7. 「ありがとうハガキ」のおすすめです。 . . .	21
8. 「イチゴ（1・5）タッチ」のおすすめ。 . . .	23
9. 「ハッピーデー」のおすすめ。 . . .	25
10. 「次回来店カード」のおすすめ。 . . .	27
11. 「メモリアルデー」のおすすめ。 . . .	29
まとめ . . .	31
付録-2 「オリジナルシステム」の導入のしかた、検討のしかた . . .	36

はじめに

「会員カード」、「会員証」、「メンバーズカード」、「ポイントカード」と呼びかたは、いろいろありますが、本冊子では、「会員カード」と表現させていただきます。

さて、多くのかたは、「**会員カードを作ったら、売上があがる**」とっておられます。

「カッコいいカード」なら、お客様に喜んでもらえる。

「ポイントカード」にしたなら、来店頻度を増やしてもらえる。

きっと、そんな期待を込めて、カードをお作りくださっていると思います。

あるいは、「これからカードを手配しよう」と思っただけでいらっしやると思います。

まずは、1つの数字をご紹介します。（弊社の2016年8月のデータです）

「52.5%」

「52.5%」は、一度カードをご手配くださったものの、追加注文のないかたの割合です。

いろいろな理由があると思いますが、残念ながら、期待を込めて、カードをお作りくださったものの、約半数のかたが、思い通りの成果が得られなかったということになります。

「カッコよくて、ステキなカード」ができれば、自然にお客様が増えてくるように多くのかたが思っただけでいらっしやると思います。

「ゴールドカードを作りたい」、「ブラックカードを作りたい」と希望されるかたは、要注意です。

実は、「カッコよくて、ステキなカード」は、売上があがりません。

もちろん、「ゴールドカード」や「ブラックカード」が悪いわけではありません。

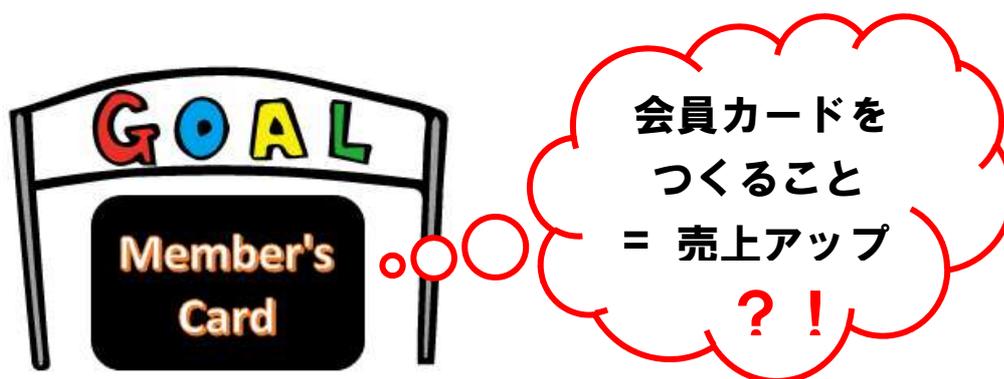
さて、その一方で、成果を上げておられるかた達がいらっしやると思います。

成果を得られているかた達と、成果が得られなかったかた達、
この両者の違いは、どこにあるのでしょうか？

とても大きな違いがあるのです。

成果が得られなかったかた達のほとんどは、

「会員カードを作ること」がゴール（目的）となっています。



このため、「カードが出来上がる」と、ひとまず、満足をされます。
さっそく、お客様にカードを配り、配り終わると、目的を達成したことになります。
あとは、お客様がご来店されるのをひたすら待つことにします。

いかがでしょうか？

あなたは、お気づきでしょうか？

あなたのお店が、大きなお店で、全国チェーンのお店、あるいは毎日利用いただくお店なら、
あなたの期待通りの成果があがります。

ただし、
あなたの店は、専門店様であったり、サロン様であったり、個人商店様であったり、利用
頻度が少ないお店だとしたら、大きなお店と同じことをしても、期待通りにはなりません。

一方、成果を得られたかた達は、

「会員カード」は、「スタート」（始まり）であり、

お客様とつながり、ふれあうために必要な「道具」と考えています。

そして、目的である「売上をあげる」、「集客を増やす」ためには、
「アプローチ（手順）が必要」というように考えています。



「会員カードの発行」を「ゴール」と考えるのか、
「スタート」と考えるのか、の違いは、その成果の違いとなってきます。

「会員カード」を作って、「売上をあげたい」、「お客様を増やしていきたい」
とあなたも思っているらっしゃると思います。

「カッコよくて、ステキなカード」でも、**利用頻度の少ないカード**は、コレクションには、
いいかもしれませんが、サイフの中には、置いてもらえません。

カードを受け取る側の立場になってみれば、お分かりと思います。

「使いみちの少ないカード」では、お客様にとっての魅力がありません。

言いかえると

「使いみちの少ないカード」は、「厚いプラスチック製のチラシ」や「ショップカード」
と変わりありません。

売上アップ ≠ 会員カード発行

では、「どうしたら、毎月の売上が上がるのか？」

単に、会員カードを配るだけでは、売上はあがりません。

会員様（お客様）の情報を使って、積極的に、働きかけすること、アタックしていくことで、「売上」があがってきます。

ゴルフに例えると、

いきなり、「ホール イン ワン」（売上アップ）、集客アップ）を狙うのではなく、短い距離をきざみながら、「ホール」に近づいていく戦いかたです。

「お客様にとっては、魅力の少ない会員カード」ですが、

<発行元である>あなたにとっては、「宝物」となるのが、お客様の情報です。

成果を上げておられるお店のかた達は、この「宝物」を活用しています。

「毎月売上をあげるための会員カード活用法 速効11則」は、サブタイトルに「アタック11（イレブン）」と添え書きをしています。

「会員カードは、こうやって作る。」

「会員カードは、こうやって活用する。」

「速効 11 則」では、さまざまな「アプローチのしかた（手段）」をご紹介します。

この「速効 11 則」を読み終えたときには、こんなこと、あんなこと、当たり前になっていた常識が、変わってくると思います。

では、本冊子を通して、「ゴール」と「スタート」の違いを、ご体験ください。

以下 本小冊子は、無料で、提供しております。

「お名前、メールアドレス、TEL 明記の上、お申し込みください。」。

青い文字をクリックしてください。もしくは master@idcard.jp まで、