

(弊社 ブログ記事より) <http://enjoycard.jugem.jp/?eid=3>

Q.6 カードの裏面には、何を書くの？

A.6 カードの裏面には、通常はカードの使い方などを記載します。

- ① どういう使い方をするのか？
(ご来店時、お買上時などに提示してください)
- ② 特典がある場合には、特典を書きます。
- ③ また、カードを落としたとき、拾ったときや
お客様の窓口となる連絡先
<店名、電話・メールアドレス>などが必要です。

(下図をご参照ください)

ご署名欄

○当店をご利用の際に、本カードのご提示をお願い申し上げます。
○本カードをご提示いただくことで、所定の会員特典を提供させていただきます。
○本カードは、ご登録をいただきましたご本人様に限り、有効です。
○本カードを、紛失や汚損等で、ご利用がいただけなくなった場合には、
会員様専用窓口まで、お知らせください。


A00123

ペットサロン ラボ
営業時間：9時～20時 定休日：水曜日
会員様専用窓口 0120-XXX-XXX
voice@petlabxx.xx

◆お困りのこと、お気づきのことなどございましたら、お気軽にご連絡ください。

そのほかには

- ④ 署名欄 (手書きで名前を記入できる欄)
- ⑤ 会員番号 (もしくはバーコード連番)
- ⑥ 営業時間や定休日など。

<無地で印刷をしない場合もあります>
病院様などでは、予約日を記入できるようなラベルを
貼って、使用される例もございます。

※こちらは、メルマガ記事の転載です。

お店が繁盛するためには、3つの条件が欠かせません。
私どもでは、「み・つ・きの法則」と呼んでいます。

もちろん、カードを作る時にも、「み・つ・きの法則」が役に立ちます。

=====

1) 魅せる

=====

ご来店いただき、お店の様子を見ていただいているお客様には、「つぎも来てみたい」、「利用してみたい」と魅力を感じていただかなくては、2度目のご来店はありません。

あなたのお店の魅力を感じていただくことが一番大切です。
競合する他店との一番の違いはどこにあるのでしょうか？

この機会に、ぜひ、自店の魅力を再確認してみてください。
あなたのお店のこだわりや特長は、お客様にきちんと伝わっていますでしょうか？

=====

2) 伝える

=====

あなたのお店のこだわりや特長は、お客様にきちんと伝わっていますか？
POP(ポップ:商品を知覚するもの)などを使って、お客様に伝えていますか？
せつかくのこだわりも、お客様に伝わらなければ、意味がありません。
もっと、お客様にわかりやすく、伝える工夫が大切です。

-
- カードは、お客様に直接手渡しできる「ラブレター」です。
お店の一番のウリ、特長、他店に負けないところ、お店のよいところ、
こだわりをカードに表現します。
- すてきな異性に「思い」を伝えることと一緒にですね。
- 直接、お客様にメッセージを伝えられる絶好のチャンスです。
この機会を活かさない手は、ありません。
- ・お店の魅力を「キャッチコピー」でお伝えしましょう。
お店の魅力を一言で、表現できるといいですね。
- ※専門用語では、USP(ユニーク セリング プロポジション)と言います。
簡単に言えば、「自社の強み」、「自社の売り」ということです。
- ・カードのデザインにも、こだわりたいですね。
まだ、お店にいらっしやっただことのない方にもお店のイメージや雰囲気をお伝えできるといいですね。

=====

3) 聴く

=====

「お客様の声をお聞きになったことは、ありますか？」

- あなたのお店のお客様は
- ・どんなことに、満足されているのか？
 - ・どこが気に入っているのか？
 - ・どんなことにご不満があるのか？
 - ・どんなご希望をもっておられるのか？

■カードには、お客様からのご連絡先窓口の記載が必要です。
「お客様の声に耳を傾ける」こんな姿勢をお客様に伝えたいものです。
特に、お客様の声を受ける窓口の電話番号、メールアドレスの記載が必須です。

この続きは、こちらです。

<http://bit.ly/RhJ1pi>