

「三方良し」

先週、久しぶりに焼津温泉センターに行ってみると変わっていました。

田舎演芸芝居の定期演劇をやっています。

入館料金 1500円、自ら新しいことにチャレンジしていますね。

戦略をしっかりと考えていますね。

顧客ターゲットは誰か？ ……地元沿線の高齢者。

何を？ ……どのような価値を？

…天然温泉で一日中ゆっくり、カラオケ、演劇、飲酒、年寄り仲間と井戸端話の場の提供。

どのように？ ……ゆったりと大広間や個室など、大衆演劇見ながら楽しく飲んだり食べたり

強みは …… 駅から歩いてすぐ、天然温泉、昔ながらのブランド、親切さ、安心かん、年配者ばかり

なお、マッサージをお願いすると、大人気の様子、予約でいっぱい。2時間以上待たされました。

…マッサージが終わると、嬉しいことに 500円の次回入館割引券を貰えた。

僕ちゃん、何故か得した気分？？？

マッサージさんはCS (顧客満足) 策。

温泉センターは次回の入館割引の販促策。

そして顧客は 500円割引貰えたような (?) 錯覚。

三方一両損、いや三方良し。

(^-^*)/ .

暖かい (時には厳しい?) 励ましのメール待っています。

コミュニケーションは双方向が嬉しいよね。(独り言)

<コメント>

ビジネスの環境は、日々変化しています。

業界内の競合が増えており

又、業界以外からも新規参入が増えております。

そして、国内消費人口が減少してくる、そんな時代です。

こんな時代に一番重要なことは何か？

販売、新規顧客獲得策ではありません。

…顧客化 (ファン化) です。

見込み客を集客し、お試してもらい …… いいなど満足していただくこと

そしてそれからが一番大事ですね。

ファンになって貰い、次には友達と一緒に連れてきてもらうことです。

そこで、ヒントです。

初めの来店から、3回にて続けて来てもらうような仕組みと仕掛けが出来ているか？

…そこがポイントなんだけどな~！

(これがわかっていない経営者が多いと感ずます)