



## 【集客戦略】サービス券の効果を最大限に発揮する方法

同じ内容の特典・割引でも「出し方」で、印象は大きく変わることを認識しよう！

アップ・トレンド・クリエイツ 代表 白岩 大樹

おはようございます。明日からGWですが、みなさまご商売はいかがでしょう？ 25日、日本フードサービス協会が外食産業の11年3月度市場動向調査の結果を発表しました。それによると売上は前年同月比（10年3月度比）でマイナス10.3%となり、9か月ぶりのマイナスとなった、とのことでした。

これはもちろん大震災から派生する様々なトラブルによる影響が多いです。ただ、そもそも関東では計画停電で営業ができなかった、つまりは営業日が31日より少なくなった店舗がかなりあった訳ですから、前年売上対比でマイナスになるのは当然です。むしろ、10年3月度の数値をザックリですが3日ほど減らした（28日）上で試算した方が、営業日の市場動向がハッキリしたかもしれません。

あと、こういった市場動向調査の数値については注意してください。それは、これはあくまで全体数値（＝平均点）であり、10.3%を大きく下回る店もあれば、昨年対比を超えた店も存在しているのです。このような数値を見て「ああ、みんな大変なんだなあ〜」と感傷に浸り、「大変だねえ〜」と傷の舐め合いをする時間があるようでしたら、こんな情報は「あっそう！」とほっぽって、今！この時間に来店いただいているお客様にしっかりと確実に感謝の気持ちを伝えるべきと私は思います。

さて今回ですが、サービス券の効果（＝価値）を最大限に発揮するためのヒントを取り上げました。

### ① 名刺の裏に手書きとハンコの方が特別感UPします！

外回り営業やチラシ配布をする際、「何かサービス券を作らなくてはいけません」と思うことでしょうか。これは決して悪いことではありません。むしろ当然のこと。問題なのは「作り方」です。多くの飲食店さんは「印刷されたサービス券を制作することありき！」になっているのです。しかし、そんなことはありません。例えば店長の名刺の裏に「☆500円サービスします！☆」と書いて、ハンコを押す…見比べてください。印刷された500円券と同じ特典内容ですが、受け取った相手の特別感は段違いです。名刺ですから、収納もし易い！

### ② チラシとサービス券は、別にする！

チラシは、お店の場所であり、店名、商品、イベント内容などの情報を知ってもらう（認知）ことが目的のツールです。方やサービス券は、認知してもらった上で（いついつまでに）来店してもらいたいと相手の「背中を押す」ことが目的のツールです。それぞれ目的が異なる訳ですから、切り取り線を入れる（切り取るのは面倒）のではなく、やはり別にすべきです。そうすれば、例えば外回り営業の訪問先で、印象が良ければ枚数を増やして渡せますし、逆に印象がイマイチであれば渡さない…といったコントロールができます。

### ③ 「サービス特典と有効期限の法則」を守る！

「10%割引券を有効期限1カ月にして配布する」…利益を削って、血を流してでも来店して欲しい！！今はみな必死ですから、気持ちは分かります。しかし、そんな出血サービスのチケットですが、受け取った相手はどう感じるでしょう？きつこう感じるはず。「そんなに長期間10%も割引できるんだったら、通常価格はよっぽど儲けていたんだな」と！これではあまりに悲惨…悲劇です。でもこれが現実。こうならないために「サービス特典を強く＝有効期限は短く：サービス特典を弱く＝有効期限は長く」という法則を守りましょう。特典を強く、期限は長くなるとは、体力のある大手チェーンさんに任せておけば良いのです。

### ④ 「サービス券（来店前）とアンケート（来店後）」は必ずセットで用意！

サービス券を配布したから、ご来店していただいて売上が立った！これで十分です。しかし、これからは十二分を目指して欲しいと思っています。具体的に何をすれば良いか？サービス券を持ってきたお客様向けには「専用アンケート」を準備し、必ず書いてもらうようにすることです、特に個人情報の記入はしっかり頭を下げてください。「集客～来店～再来店」の流れを戦略的に考えることが、これからは必要です。

☆ご意見・ご感想、どんな事でも結構です。いただけました方には必ず、お返事します！☆

FAX: 03-6673-4822

【お問い合わせ】アップ・トレンド・クリエイツ 〒134-0013 東京都江戸川区江戸川 6-34-2-303

Copyright (C) 2011 UP TREND CREATES All Right Reserved

当通信を契約社外に対して無断で転載、コピー（スキャン）、配布することは、著作権の侵害となります。「商売の神」は見ています。

現場が変わる＝必ず繁盛する

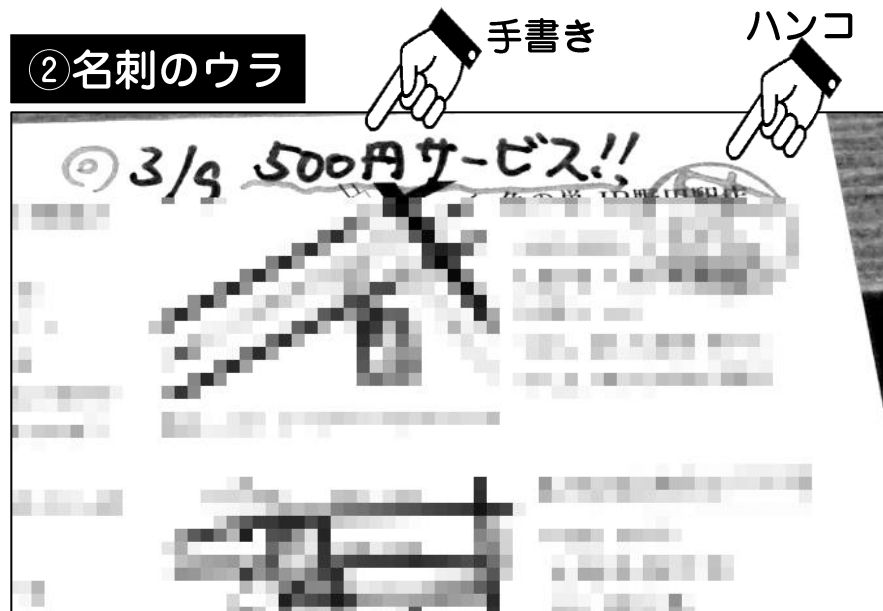
第 063 号

# 同じ特典なのに…

## ① サービス券



## ② 名刺のウラ



### 【解説】

- ① サービス券を制作する…制作・印刷コストがかかる・サイズが大きい
- ② 名刺の裏に手書きする…コストはかからないが手間がかかる・収納サイズ  
更に手書きの②は、特別感があり、名刺の名前も覚えてもらえます！