

リピート顧客を増加させる
⑧テクニック

現状を把握し、
リピーターが増えない原因を
考えてみましょう！

1・3・5年間

月々の新規顧客の人数は？

リピーターにつながった人数は？

リピート期間は？

整骨院・整体院において集客を上げることが最も重要なポイント

ここでいう集客はリピーター
つまり『常連顧客になってくれる人を増やす』ということです。

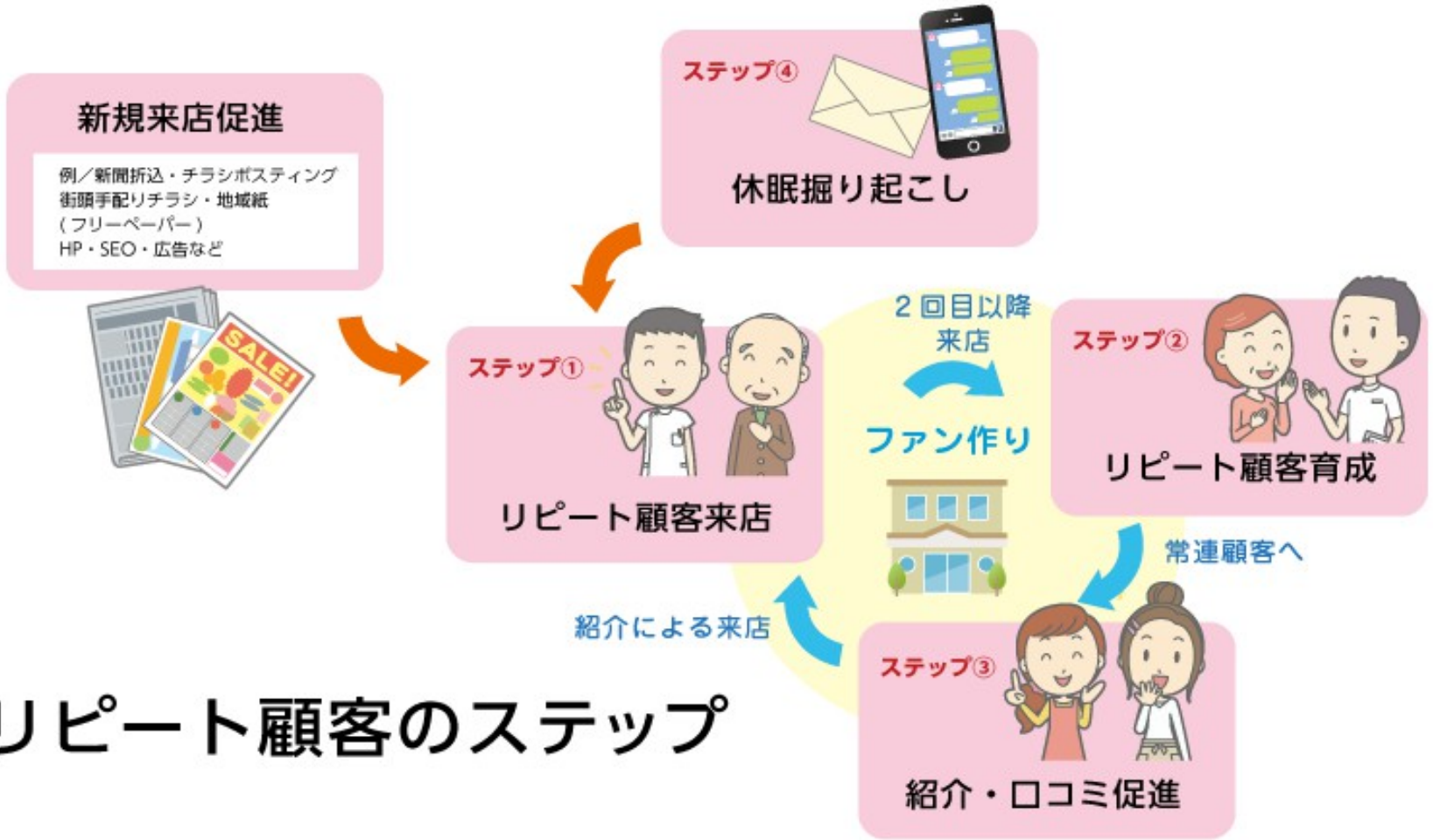
常連顧客というのは10度20度足を運んでくれる人

$$\text{売上高} = \text{顧客数} \times \text{平均顧客単価}$$

という従来の考え方では顧客に新規も常連も含まれていました。

パレートの法則では、
上位2～3割の常連顧客が全体売上高の7割以上を作っているとします。

売上を向上させるためには常連顧客を増加させることが重要



▶ 2回目 来店しなかったランキング TOP 3

1位 サービスの質

- 店内の掃除・臭い・音や照明

POINT! 患者様・お客様にとっての 使い勝手・雰囲気

- 清潔感のある服装や身だしなみ

POINT! 患者様・お客様が不快に思わない身だしなみ

- 店舗独自のストロングポイントを持ってる・理解している

POINT! 他店舗にはないがうちの店にはある事
又は他店舗よりも自信をもって出来る事が
患者様・お客様が理解しているかが**POINT!**

▶ 2回目 来店しなかったランキング TOP 3

2位 スタッフの対応

- 笑顔や話し方

POINT! 笑顔は必須！ 声量やトーンは店舗の雰囲気に合わせてゆっくりと聞き取りやすい話し方で！

- コミュニケーション 【患者様・お客様 6 : 4 担当スタッフ】

POINT! 否定したり・話をさえぎったりしていませんか？
共感と丁寧さが大事!

- 一つ一つ確認

POINT! 患者様・お客様が理解出来ていますか？
難しい言葉や専門用語などを使わない！

▶ 2回目 来店しなかったランキング TOP 3

3位 価格

- サービス質やスタッフ対応・リッチ・店内の雰囲気

POINT! 他店舗のマーケティング

- 明確な料金設定

POINT! 見やすく・分かりやすく・出来るだけ短く表示

まとめ

基本を確実に出来ているかチェックしてくださいね。

▶ 問診力・カウンセリング力

リピート率UPには初診の問診・カウンセリングが大きな割合を占めています。

傾聴力

- ・ **相手の話を適切に耳を傾ける力**
『相槌』や『質問の仕方』を工夫して
患者様・お客様が話しやすくなるような話の聞き方が出来るように

分析力

- ・ **身体の不調に悩む本質を見つけ出すための分析力**
同じ不調でも一人ひとり違います。日常生活やクセなどを把握して
『何が原因か?』を見つけ出し不調の原因を把握しましょう

言語化力

- ・ **相手が理解出来るような言葉選びをして伝えましょう**
問題の解決方法が分かったとしても相手にその方法が伝わらなければ意味がありません。
『どんな伝え方をしたらわかってくれるかな…』と常に考える事を意識しましょう

興味・関心

- ・ **信頼関係を深めましょう**
『この人はどんな人なのだろう』という興味や関心を持って
患者様・お客様に接しましょう

▶ 顧客のマンネリ化を防ぐ

リピーターとして何度も来店している患者様・お客様も
マニュアル化された施術や会話では飽きられてしまいます。

会話力

- ・ **相手の興味や関心のある会話力**
時事ネタ・日常生活での出来事・自分自身の出来事
スタッフの出来事(グチはNG) 等々

身体の雑学

- ・ **身体に関する知識や雑学**
ダイエット・美容・生理学・栄養学・解剖学 等々を
分かりやすく説明
例) 体内における水分の役割ってなんだと思います？

健康指導

- ・ **患者様・お客様自身が自分の身体に興味をもってもらう**
日常生活のクセ・日常の姿勢・健康状態
前回と比べて身体の変化を説明・又は疑問があれば質問

施術の変化

- ・ **施術アプローチ・施術テクニックのバリエーション**
症状が同じでも一人ひとり身体は違います。改善のスピードも違います。
色々なアプローチをして顧客ファンを作っていきましょう

▶ スタッフ教育

受付やその他スタッフの接客も印象に残るポイントの一つ

例えば、どんなに美味しい食事をしてもお店のスタッフの態度や接客が悪くては、二度と行きたくないと思うものです。

接客は店舗のイメージを作る大きな役割
施術に絶対的な自信があっても接客が悪ければリピートUPにはなりません

笑顔

電話対応

心遣い

挨拶

メール対応

活気のある雰囲気

一つでも好印象を持たれるように
スタッフに対して徹底した接客指導が大切です。

▶ 患者様・お客様の声を聴く

口コミを重視してお店を選ぶ人も多いと思います。
店舗の口コミは顧客の率直な意見です。

SNS

・エキテンやGoogleなどの口コミサイト

用紙

・口コミ用紙を用意 【HPなどに利用】

アンケート

・アンケート 【店舗にとって必要な項目を作成】

店舗選びをする顧客にとってはもちろん、経営者にとっても必要

口コミにある良い意見も悪い意見も、実際の店舗の評価だととらえましょう！

口コミやアンケートなどの結果は真摯に受け止め、反映出来ることから反映させることで『このお店は私たちの意見を流さずにきちんと聞いてくれる』という信頼感や安心感を顧客に感じてもらうことが出来ます。

▶ 通院指導をする

施術計画を詳細に伝える

- ・ 今後どのような施術を行うか？
- ・ どういった状態を目標に目指していくのか？
- ・ 来院期間は？ 来院頻度は？ 回数は？

施術者のゴールと患者様・お客様のゴールは違う場所にあると『なぜ、定期的に通院する必要があるの？』という疑問がなくなります。

施術計画を元に会話をする事で
患者様・お客様の予定とをすり合わせをしながら
日時を確定させて行きます。

- ※ 会計前に行うのがPOINT！
- ※ 予約制ではないところでも一緒です。

当日か翌日に上記の内容をメールかLINEを送る

▶ 顧客からの紹介をシステム化する

黙っていても紹介してくれる顧客は少ないです。
紹介をしやすいようにシステム化する

紹介カード

- ・ **紹介カードを作成**

紹介して頂ける顧客にもメリットとなるサービス提供が必要

SNS

- ・ **常連顧客様にSNSを投稿を依頼**

顧客様のSNSに投稿して店舗をアピール

イベント

- ・ **紹介をしやすいようにイベントをする**

姿勢測定や健康イベントなどで紹介しやすい企画をする

▶ 休眠の掘り起し

休眠顧客とは過去来院していたが、
ここ数か月・数年は来院していない顧客です。

休眠顧客に何らかのアプローチをしましょう！

メール

LINE

DM

問題は、なぜ休眠顧客になったのか原因を探りましょう。

顧客の流出から始まる休眠顧客数の増加を減らさない限り、
新規顧客を増やしても穴の空いたバケツに水を注いでいるようなものです。

LINE公式アカウントやメルマガを活用しましょう

安定した店舗の売上アップを図るためには**戦略**が必要となります。

様々な方法を試行錯誤し常連顧客からの売上向上を目指しましょう。

現在、売上が伸び悩む店舗はもちろん、安定した売上有る店舗も顧客のマンネリ化や他店舗への流出などのリスクを視野に入れ、

**新規顧客や常連顧客にも喜ばれる
サービスの考案や日々の努力が売上アップ**となります。

最後までご拝読いただきありがとうございます。

B.C Lab 株式会社

<本社> 大阪市北区梅田2-2-2 ヒルトンプラザウエストオフィスタワー19F

TEL : 06-6450-9356 FAX : 06-6450-9357

担当 : 中村

URL : <http://www.bclab.jp>