

©ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「エンドレス」

新年度を迎え、進学、進級の時期になりました。折込みやポストイン広告で特に多いのが塾や習い事関連のものです。子ども向けのものだけでなく、大人向けのカルチャー教室なども多く見られます。特に春は新しいことを始めようという人が多いのでこの時期は生徒さん集めに絶好の機会。チラシの数も当然多くなります。

多くのスクールがまず行うのが「無料体験会」。すでに興味をもっている生徒さんは、無料でお試しができるなら…と参加される人も多いでしょう。一方でまだ、その一歩が踏み出せないという人もいると思います。興味をもつていても、新しいところに行ってみるといのは、なかなか勇氣のいることで、それは大人も子どもも同じです。新規の顧客(ここでは生徒さん)というのは、何となく不安をもっているようなものです。

ところで、このように塾などのチラシをみていると、「新規の顧客獲得」の難しさを感じます。一年を通して、新規の生徒さんを獲得していかなければいけないのですが、年度が変わるタイミングに集客予算を集中させています。最もライバルの多い時期でもあり、最終的には勝ち残って自社を選んでもらわなければなりません。

お客様は年間に約20%は減るといわれています。忘れられてしまったり、お客様が引越してしまったり、ニーズ自体が無くなってしまったり…。クレームなど特別な事情がなくても、お客様は確実に減っていきますから、新規顧客はいつでも獲得していく必要があります。

新規顧客獲得のための一歩は、お客様に認知してもらうことだと思います。お客様に認知してもらうためには「接点」を

増やさなければいけません。接点は、ダイレクトメールやチラシ、ホームページ、看板やノボリなど様々ありますが、予算をどこに、いつ集中させるのか?それぞれの役割を考えてみると思います。

例えば、ダイレクトメールやチラシは一方的に目に飛び込んできますから、存在に気づいてもらうという役割を持っています。看板はずっとそこにあるものですから、様々な人の目に留まって店舗の存在を知らせたり、店舗へ導く役割もあります。どちらも、さほど興味を持っていなかった顧客を発掘できる可能性があります。ホームページだったら、手元(スマホ)へ詳しい情報を発信することができますが、関連キーワードで検索をして、顧客側からのアクセスがないとみてもらえないものでもあります。

新規顧客の開拓は、エンドレス、永遠に続きます。それは、どの業種でも同じこと。媒体を組み合わせ、それぞれがもつ特徴を生かし、最も良い顧客獲得法を見つけ出していくしかないように思います。

最初は、すべてのお客様に届かないかもしれませんが、一人のお客様に届くことからスタートでよいと思います。先ほどの塾や習い事のチラシの中で、ひときわ惹きつけられるようなものを見つけたら、今後の参考にしていきたいと思っています。

ご案内

ホームページ、会社案内、名刺、ノボリ、クリヤファイル etc…。
貴社だけのオリジナルデザインで制作します。お気軽にお問合せください。
Tel:042-349-3535



■ラップニュース読者の皆様へ。
ラップニュース バックナンバーはホームページからご覧いただけます。

<http://www.raptokyo.co.jp/>

※アンケートがありますのでよろしかったら、ご意見をお聞かせください。