



# LTVを高めるアイデア③ リピート率を上げる





## リピート率を上げる手順

- 1 失客理由を言語化しよう
- 2 リピート率を上げる施策を考えよう
- 3 リピートの再現性をつくろう



1

## 失客理由を言語化しよう

なぜ失客理由を言語化しなければならないのか？



店舗ビジネスの場合、「感動」よりも「不満」を減らすことが重要



なぜなら、何度も来店することで感動は薄くなるから

「同じ価値」を提供し続けることで不満が生まれにくい

失客理由をつぶすことで、リピート率を上げることができる



## ◆ よくある失客のケース

- **期待値のズレ**
  - ・ HPやLPに記載しているサービスの内容と異なる
  - ・ 口コミや紹介で聞いていた内容と異なる
  - ・ 特に紹介は人の価値観が入るため、ズレが起こりやすい
- **顧客の望んでいないコミュニケーション**
  - ・ お客様の中には不要なコミュニケーションを望んでいない方もいる
  - ・ 良かれと思ってやっている会話が不満を生んでいるケースもある
  - ・ サービスに必要な会話だけにしておけば、マイナスは生まれない
- **不快に感じる環境**
  - ・ 衛生面：汚い、臭い
  - ・ 音響：うるさい、不要な会話
  - ・ 気温：熱い、寒い、湿度



他にも失客理由がないか確認しよう

失客理由を特定したら、改善しリピート率が上がるかテストしよう



2

## リピート率を上げる施策を考えよう

代表的なリピート率を上げる施策

- 次回予約の提案
- 回数券
- サブスク
- サービス券



## ◆ 次回予約の提案

- 業務のオペレーションの中に次回予約の提案を入れる



- 「また通いたい」「予約がなかなか取れない」と思っているならば予約を取ることができる



- 次回予約特典などをつけることで次回予約率を上げることができる



- その日に結果が出るのでエラーの修正が容易になる



## ◆回数券

- 回数券を販売することで来店回数を確認することができる
- 1度で悩みを解決できない場合などに効果的
- 無料で通ってくださる時にクロスセルがやりやすい
  
- 1度の支払い金額が高額になりやすい
- 途中で離脱したいときに負の感情が生まれやすい
- 売上が単月に偏ることがある





## ◆ サブスク

- 月額定額サービス
- お客様の意思でいつでも解約できるので不満が生まれにくい
- 会員数が増えてくると売上予測が立てやすい
- 来店しなくても売上を確保することができる
- 月の利用回数無制限などにするとマイナスになるケースもある



## ◆ サービス券

- 少ないコストで再来を促すことができる
- クロスセルやアップセルのお試しなどにも使える
- 意味のない割引にならないように注意



自社のサービスに合った施策を選んでリピート率を上げよう



3

## リピートの再現性を作ろう

誰もが同じ業務を遂行することができる  
提供するサービスのムラがなくなる

- トークスクリプト
- 業務マニュアル

を用意して、リピートの再現性をつくろう

トークスクリプトやマニュアルを作ることでサービスの質を一定の基準まで高めることができる



## ◆ トークスクリプト

- 誰もが同じトークをすることで、提案漏れや説明漏れを防ぐことができる
- リピート率を上げる施策と合わせて作成する

### <作成例>

お手本となる人の音声や動画で録音して文字起こしなどをする



## ◆ 業務マニュアル

- 業務のオペレーションを均一化することで高い質を維持することができる
- 雇用するスタッフのレベルに合わせて作成する

### <作成例>

業務内容を提供するサービスやメニューを時系列に合わせて洗い出す