

###name1###様

「やり方は競走の世界、あり方は共奏の世界」

だと想うのです。

いつも、ありがとうございます。

★—————★

売上アップ実践メルマガ（無料）「イキのいいネタ」プレゼント

◆宿泊経営30秒ノウハウチャージ◆（週1回以上配信）

<http://www.kanpai-kanpai.com>

第22号

☆—————☆

※配信停止はこちらです。

<http://1lejend.com/d.php?t=###tourokuid###&m=###mail###>

ホテル旅館オーナー、支配人、予約担当者、営業マン、そして女将さんなど、宿泊産業に携わる方なら誰でも無料登録いただけます。

集客のこと、営業のこと、館内演出のこと、温泉のこと、後継者のこと、社員教育のこと、パンフレットなどツールのこと、メディア選定のこと、宿泊料金のこと、業界全般のこと等。

30秒でチャージできるメイン記事が目玉です。

【目次】

- 1、＜30秒記事＞ 再来と紹介を生み出すマーケティング
- 2、＜追記コメント＞ 年間600組の会員利用を達成する分母
- 3、【 編集後記 】 僕は、生涯、足を向けて眠ることはないです。

.....

1、＜30秒記事＞ 再来と紹介を生み出すマーケティング

.....

会員様を組織して、再来と紹介を生み出すマーケティングですが、成功している宿泊施設様は、いったいどれだけあるのでしょうか？

今日は、原理原則に立ち返って思案してみます。

誕生日企画だけで年間4千万円近いベース売上を上げている事例のご紹介と、会員制度導入にあたりその考え方を、以下に展開します。

もちろん一朝一夕にはいかないものの、お客様とのコミュニケーションデザインを構築しながら、結果につながる会員組織について検討することは無駄ではありません。

検討した結果、会員組織に代わる貴館ならではの、別の何かが生まれるかもしれません。でもそれは、忙しい日々を掻い潜って思案し行動した場合にしか手にすることができないのです。

2、＜追記コメント＞ 年間600組の会員利用を達成する分母

.....

某温泉旅館様の会員数は8000人。

(募集開始から数年経過しており、全体数は数万人規模になるものの、常にクリーニングを行い8000人程度を維持)

年間で開催するディナーショーなどのイベント告知のほか、誕生日DMがベース売上に貢献しています。

誕生日を迎える前月に、毎月600通のDMを出し、集客は400名様(会員同伴者含みます。会員としては150名様程度=25%のレスポンス)

安い企画（単価7500円程度）ですが、誕生日企画だけで年間4000万円近いベース売上となっています。

県内地元会員を重視し、情報誌などで定期的にコンタクトも取りながら、かつ、テレビCMや新聞広告でも援護射撃をしながらの結果。

上記、鍛錬塾のお客様ではありませんが、サービスレベル、温泉やパブリックなどの施設、季節感、料理、催事、周辺観光トピックなど、「総合力」が設計され、マーケティングの側面からキチンとアピールできているかどうか大切に思います。

それを踏まえて、以下を思案してみました。

1、【導入スケジュール】

(1) 当月／導入する会員システムの検討と理解

(2) 当月／会員システムの社内フロー完成

⇒主に募集方法について複数のラインを用意し、社内業務フローを想定します。

(3) 翌月／会員募集本格スタート

⇒募集ラインごとに、募集スケジュールをこなし、目標会員数を追いかけます。

(4) 60日以内／会員企画本格スタート

⇒ある程度の分母確保を行い、会員向けのサービスの本格化を図ります。

2、【検討すべき内容】

(1) 目標設定

- 目標となるベース会員数を設定してください。
- 会員からの売上目標数値を設定してください。
- 会員数獲得スケジュールを設定してください。

例／会員からの年間売り上げ数値を、
仮に1200万円と想定した場合。

- ・単価10000円で1200人であり、平均月毎利用数は100人で100万円。
- ・100人のうち、会員は半数（同伴者）として利用数は50人。
- ・年間600人の会員利用を達成するための分母として5倍を想定＝3000人
- ・半年180日で分母会員を募集するとして平均募集頻度は1日16～17人獲得。
- ・1日16～17人を会員獲得する場合に必要な窓口やツールは？

- ◎WEB募集 ※募集フォーム確認（1日3人）
- ◎フロント募集※個別直接勧誘・会員申込書整備（1日7人）
- ◎社内（グループ企業）キャンペーン
※リスト化+知り合い親族含む（1日3人）
- ◎過去台帳へのDM ※特典考察・DM整備（1日3人）
- ◎その他、紹介など（1日1人）

(2) 会員の種類と区分け

- A、宿泊前の「見込み客」をメルマガが会員として獲得、それを宿泊へと誘導する。（個人情報簡易入力⇒メルマガ会員、宿

泊時点で本人了解詳細入力⇒正会員)

- B、宿泊者だけを会員とする方針で、会員勧誘し、会員システムには代理登録を基本とする。
- C、宿泊予約時点で会員登録も促す仕組みを導入する。
- D、上記の組み合わせや、貴社方針の確認。

(3) 既存会員について住み分けと同居

すでに会員組織をお持ちで、顧客管理システムで管理されている場合など。

- 既存会員との整合性
(管理主体となるシステム確認、会員カード活用の有無)
- WEB募集はあくまでも既存会員システムへの呼び水
- 会員データ共有整理のルールづくり
(インポート・アウトポート)

3、【会員キャンペーンや、特典のアイデア】

以下は、主に「温泉旅館」を想定したものです。

※入会記念品

※会員専用「マイ (my) 箸」などの話題性のある特典

※ポイント2倍 (既存システムがポイント制の場合)

※入会キャンペーン

「期間中会員になられた方の中から抽選で地場産品詰め合わせを
5名の方にプレゼント」

※会員様限定のお得で美味しい宿泊プラン

※季節の料理企画を旅行会社よりチラシより早く会員様にお知らせ

※会員様の思い出の料理 (新婚旅行で食べた等) を募って、それを
再現する企画

※新企画のモニター優先権

※年に1回、海外旅行が当たる

※通常の宿泊プランが、会員様で1ヶ月以上前に予約してくれれば
10%引き

※ご紹介ポイントが溜まる仕組みを作りポイントで宿泊ゲット

※毎週水曜日は会員様入浴のみ無料

※通常有料の貸切露天風呂が、会員様だと永久無料

※会員様なら、ご宿泊時パブリックドリンク1杯無料

※外来入浴券

4、【目的とテーマの再確認】

- 旅館様、ホテル様にとって、
顧客（個客）化し、再来を促すことができる。

よく言われるように、新規客獲得コストと既存客再訪促進コストを比較した場合、その差は5倍です。マスを相手にしたマーケティングコストは当然必要ですが、確実な投資という観点からは、顧客リストの構築と活用に投資する方が有利です。

- 成約率0.5%なら、200人がWEBに来訪して1人の予約。予約しなかった199人のうち、3人がWEB会員、その中の1人がWEBに再訪して予約を入れたなら、分母200人のうち2人が成約となり、成約率も2倍の1%になります。

◇三ヵ年達成イメージ

会員数2万人

年間利用0.2回転にて4000人利用

1組あたり単価30,000円で1億2千万円の売上
(月1000万円)

■編集後記■

先週もご紹介した「その宿の良さを漫画で表現した冊子」ですが、
宿泊施設業界ではない業界や人に、やはり好評です(*^^)v。

「やり方は競走の世界、あり方は共奏の世界」

これを体現するツールのひとつだと自負しています。
作らせていただいた支援先宿泊施設様に感謝です！

ありがとうございます。

ここの社長と女将さんには、
僕は、生涯、足を向けて眠ることはないです。

そして、その最大効果を生む活用方法もスタートしました。
でもそこまでは秘密です(^_^)。

ネットでは完結しません。
オフラインでの確実な動きがポイントです。

ホームページも先月フルリニューアル。

マンガと合わせて、最高のパフォーマンスを発揮するよう、
さらにコンテンツを充実させ、仕込みを続けます。

<http://gozu-yumotokan.com/>

株式会社 乾杯・KANPAIプロデュースのサイトは、
3ヶ月で2つ、さらに来月2つが同時進行しています。

お楽しみに！

本メルマガの良かった点などの感想をいただけますと、
とても励みになります。 km@kanpai-kanpai.com

「心あたたかきは、万能なり」
そんな方のお手伝いがしたいです。

喜んでいただけそうな方だけに、
このメルマガを転送していただけませんか？

「やり方は競走の世界、あり方は共奏の世界」
<http://www.kanpai-kanpai.com>

毎月10, 500円で飲みに行きますか？
それとも、会社を発展させますか？

- ★毎月5日前後にCDが郵送で届きます。
- ★毎週、年齢・性別・経験・住まい・専門分野の
違う執筆者5名によるメルマガが届きます。
- ★そして、日々のお困りごとなどのメール相談ができます。

こんなあなたなら、是非！旅館ホテル販促鍛錬塾へ

- ・幸せの本質は人から感謝されることであると感じるあなた。
- ・目に映る人たちすべての「笑顔を守りたい」と願うあなた。
- ・思ったことを実際に行動に移し続けることのできるあなた。

※旅館ホテル販促鍛錬塾の塾生の皆様は、成功事例や実践報告など、
さらに突っ込んだ内容のメルマガ「超・宿泊経営30秒ノウハウ
チャージDX」が購読できます。

◆メルマガ「超・宿泊経営30秒ノウハウチャージDX」◆

- ・思ったことを実際に行動に移し続けることのできるあなた。

緊急に面談でのアドバイスが必要な場合は、以下をご検討ください。

<http://www.kanpai-kanpai.com/service02.html#04>

<http://www.kanpai-kanpai.com/service07.html>