

あなたのお店に、「会員カード」が  
必要な 3つの理由(わけ)  
ご存じでしたか？  
先輩から教えてもらったこと、教えちゃいます。



**1つめの理由(わけ)です。**  
「お客様 一人ひとりのことを知っている」から  
「専門店」、「プロショップ」なんです。

**ID CARD LAB**  
IDカード・ラボ



「お客様のことを知らないお店」、「お客様に関心のないお店」は、  
「多品種取扱店」とか、「品揃(しなぞろえ)店」と呼びたいですね。

**お客様を大切にしたいからこそ、  
「会員証」、「会員カード」が、必須アイテムなんです。**

専門店、プロショップだからこそ、商品やサービスは、もちろんのこと、  
お客様のこともきちんと管理をしてほしいですね。  
ご常連様であれば、あるほど、ご自分のことを知っていてほしい。  
ご自分のことをわかってほしい、と思っておられます。

商品や売上に、人一倍、関心があっても、お客様に関心のないお店では、ご商売の繁盛も望めません。  
「誰が」、「いつ来店し」、「何を買ったのか?」、「何を利用したのか?」、  
会員証を使って、売上をすると、客様ごとの売上が簡単に集計できたり、履歴を見ることが  
できるようになります。

**レジスターだけでは、「商品の売上」はわかっても、「お客様の売上」は、わかりませんものね。**

**2つ目の理由(わけ)です。**  
「お客様に知識を与えてあげる」、「お客様に教えてあげる」のも  
専門店、プロショップのとても大切な仕事です。



お客様は、商品やサービスについて、十分な知識をもっておられません。  
ご自分に合った商品をお選びいただくためには、  
わかりやすく、丁寧に 教えてあげることが、必要なんです。  
**専門家であるあなたの知識を分けてあげることは、  
商品の良さを伝えることができ、  
なおかつ、お客にも喜んでいただけます。**

おすすめする商品やサービスについて、おすすめする理由(わけ)を教えてください。

**「教えてあげることで、お客様を育てていく。」、意外と忘れられています、大切な仕事です。**

さて、会員証は、「お客様に知識を与えてあげる」ことにも活用します。

ご登録をいただいたお客様のメールやご住所に、季節の便りと併せて、

「おすすめ商品」や「サービス」への「思い」や「こだわり」をお届けしては、いかがでしょうか?

### 3つ目の理由(わけ)です。

ふれあう「回数」がお客様との距離を縮めてくれます。  
「メール」や「はがき」で、お客様とふれあう機会を作りましょう。



ご常連のお客様にとっては、お名前で、お呼びかけいただけることが、「ステータス」でもあり、「自尊心を満足させてくれる」接客の一つです。

お客様にとっては、お名前を呼んでいただくだけで、とても親近感を感じます。

(この店に、「認知されたんだ。」と思います。)

その一方で、お客様は、忙しくて、また、新しいお店に目移りすることも多く、あなたのお店のことを、当然のように忘れていきます。

時々、メールやハガキなどを受け取ることで、あなたのお店のことを思い出します。

ホームページやFACEBOOKなど、いろいろと情報を発信する方法がありますが、(お客様に見てもらおう)「行動してもらおうこと」が必要なメディアです。

お客様に直接、お届けできる方法としては、「メール」や「ハガキ」がとても有効です。

また、ふれあう回数が多くなるごとに、お店との距離も近づいてきます。

特に、高額商品などを扱っておられる場合には、お客様の来店間隔が空いてきてしまいがちです。

そんなお客様との距離を縮めていくためには、「メールニュース」がおすすめです。

お店の近況をお知らせしたり、無料サービスのご提供など、ご来店いただく機会をご案内します。

あなたのお店のことを、忘れられないように、定期的な情報発信をおすすめします。

### 3つの理由(わけ) - まとめです。

「会員証」(会員カード)は、お店にご来店いただいたお客様に発行します。

実店舗に、「足を運んでいただいたお客様」ということが、重要な点です。

「会員証」は、ご来店いただいたお客様を大切にし、育てるための、必須アイテムです。



最近、FACEBOOKやブログをご利用されているお店も多くなりました。

特に、FACEBOOKは、親しい方と触れあえ、また、世界中のお客様に届けられますので、ぜひ、活用したいメディアです。

その一方で、ご来店いただいたお客様への心遣いや身近な「半径 1kmのお客様」をもっと、大切にしたいですね。

「半径1km」という表現は、「地元で愛されるお店」と言い換えることができます。

まずは、お客様と積極的に、ふれあうことから、始めましょう！

そして「お客様目線」で、お店の中、外を見直してみましょ。見やすさと清潔感が大事です。

ご来店くださったお客様こそが、あなたのお店の「サポーター」、「ファン」となっていただくべきお客様です。