

# 月刊あずかりくん 2017年12月号

セールスの目標設定と効果測定

# セールスの目標を設定しよう

実施したセールスについて、結果の良し悪しを振り返ることはもちろん大事です。しかし、より充実したセールスを行う為には、**セールスの目標**を明確に設定することがとても重要です。

 まずは、“**だれに送るか**”と“**目標**”を設定しましょう！

## だれに送る？

年末だし、  
日頃のご愛顧に感謝して、  
**売上上位10%のお客様**  
を対象に、特別DMを  
送ることにしよう！



## 達成目標は？

上位のお客様が対象なので思い切って、  
**8割**のお客様のご利用  
を目標としよう！

 **セールスの目標を決めたら、  
早速、達成に向けたアクションを起こしましょう！**

# まずは、状況把握から

クラウドならセール開始のその日からでも、利用状況がすぐにチェックできます。

## 割引値引集計

名称	伝票数	利用人数	点数	値引金額	伝票合計売上
会員10%割引	715	506	1,602	122,759	1,219,049
<u>お得意様感謝DM</u>	242	197	987		
誕生日20%割引	159	96	510		
合計(3件)	1,116	799	3,099		

感謝DM

このセールを利用した  
**「人数」**

DMの発行枚数に対して、**何人のお客様が利用されたか**が日々見える為、目標に対しての「あとどれくらい」が明確に掴めます。



あれ、思ったより利用人数が伸びてない！目標に届かない！どうしよう！

でも大丈夫！クラウドなら、**送ったDMを利用してないお客様**がすぐにわかるんです！

# DM利用のないお客様には

配布したDMの利用数が目標まではまだ足りない、そんな時には、クラウドから、さらなるアプローチをかけてみましょう。



クラウドの顧客分析で、

**DMを配布したけど、ご利用のなかったお客様** を抽出し、追加のアプローチを行ないます。

## クラウドで抽出

条件①：**DMを出した顧客**

×

条件②：**期間内のDM利用がない**

店舗へ共有

## 電話でお声掛け



店舗

お配りしたDM、まだご利用頂けますので、是非ご利用ください♪

**DMを利用されていないお客様だけに的を絞れば、目標達成に向けて、より効率的な対策を打つことができます。**

# セール成果を最終確認

さて、電話でのお声掛け効果はあったのでしょうか。  
早速クラウドで結果を見えます。



割引値引集計の**利用人数**に注目！

## 割引値引集計

名称	伝票数	利用人数	ポイント	値引金額	伝票
会員10%割引	834	565	7,861	142,624	1,...
<u>お得意様感謝DM</u>	315	254	1,404	236,543	987,959
誕生日20%割引	20...	171	692	120,041	500,140



なんとか目標の  
利用人数**8割**を  
達成できたぞ！

前回集計時と比較して、DM利用人数が約**50**件以上も増加！



UP!



これだけお客様に  
喜んで頂けたんだから、来年もやらなくちゃ！

➡ セールの目標を明確化し、それに向かって「追う意識」を持ってセールを行ってみてはいかがでしょうか。