

おかげ様で、創業80周年

8
月号

いつもありがとうございます!

ありがとう
80周年に感謝



月刊

商売繁盛のツボ

本誌は、いつもお世話になっているクライアント様、名刺交換をさせていただきました皆様にお送りしております

発行：晃南印刷株式会社・DICアルファ 〒322-0025 栃木県鹿沼市緑町3-8-33

売上UP 販売促進

再来店率アップ! ワンメニュー・フリーチケット

株式会社ザッツ 代表取締役
米満 和彦 (よねみつ かずひこ)
美容室・飲食店などの中小店舗・中小企
業の販売促進支援を行なう。「ニュース
レター販促術」など著書多数。



ある居酒屋では、2,000円以上飲食したお客様に対して、「ワンメニュー・フリーチケット」をプレゼントしています。「ワンメニュー・フリーチケット」とは、お店のメニューの中から**次回食べたいメニュー**を書き込み、次回来店時に使用できるチケットのことです。主に、デザート系商品など、1,000円以下の商品の中から選ぶことができます。チケットは厚紙で印刷されており、清算時にお客様に「次回食べたいメニュー」を記入していただき、内容を確認した上で店主が印鑑をつきます。使用期限は「本日から半年間」とし、店主がその場で具体的な日時を記入します。これを次回来店時に使用していただきます。非常にシンプルな施策ですが、これが「**次回来店楽しみ**」となり、**大幅なリピート率アップ**につながったそうです。一方、チケットを使用しないお客様もいます。チケットを使用しないお客様は、そのまま失客してしまう可能性が高いので、

定期的に発行しているニューズレターで「ワンメニュー・フリーチケットの使用期限をご確認ください」とアナウンスすると共に、個別DM(ポストカード)にも手書きでメッセージを書き込み、**使用を促します**。これらの努力により、多くのお客様が再来店を果たし、チケットを使ってくれるようになりました。また、「クーポン券の保存」を苦手とする男性客のために、「ワンメニュー・フリーチケット」は**名刺サイズ**で作成してあります。名刺サイズであれば、そのまま「名刺ケース」に入れておくことで、しっかりと**保管・持参**してくれるようになりました。…このように、様々な工夫ポイントを加えることで、「ワンメニュー・フリーチケット」は今でも同店の強力な武器になっています。もちろん、「ワンメニュー・フリーチケット」は他業種でも応用できるでしょう。大切なことは、**次回来店する楽しみを提供すること**です。

コストダウン 経費削減

会議は効率化してはいけない ～コスト削減の真実～

コスト&エネルギー・マネジメントコンサルタント
村井 哲之 (むらい てつゆき)
株式会社イブロン 代表取締役。
「コピー用紙の裏は使うな!」「コスト削減の教科書」など著書多数。



人類最大の発明は何だと思いませんか? 答えは、**組織**だそうです。たしかに、軍隊に象徴される組織の生産性には計り知れない可能性があります。しかし、組織には弱点もあります。それは、**組織の維持にかかるコスト**。なかでも給与の占める割合が大きく、その中身は**労働時間**です。だから、現代においては、より短い時間で組織のパフォーマンスを最大化した企業だけが存続可能となるのです。こう考えると、組織の中で日常的に運営されている**会議**(社員の労働時間を集約してしまいますよね)に、コスト削減のスポットを当てなくてはなりません。最近、いろいろなメディアで「**会議の効率化の手法**」が取り上げられていますが、その多くは「30分一本勝負の会議」や「立ち会議」「会議室を減らす」など、小手先の手法です。そもそも、会議を開かなくても現場で決裁ができるようにして経営のスピードを上げることが、ヒエラルキー型やアメーバ

型の組織を作ったり、変更したりしてきたことの目的ではないでしょうか。責任と権限が明確になっている組織において必要な会議は、役員会と最高意思決定会議くらいだと思います。このようなことを言うと、「決定事項を徹底するための会議は必要だ!」「開発部門ではプレストやディスカッションに会議は必要!」といった声が聞こえてきそうですが、果たして本当にそうでしょうか? 今こそ、便利なインターネットで解決できる時代だと思うのです。まず、コスト増大の原因となっている肥大化した組織、老朽化した組織に必要なことは、「**会議なしでの運営**」をゴールに、現場への権限委譲を図り、そのチェックと評価の仕組みが老朽化していないかを点検し、適応させることです。会議は、「**会議ゼロ**」から出発し、組織における責任と権限を徹底的に見直すことなのです。そして、これこそが**今世紀最大のコスト削減**なのです。

