

きめ細かなお客様フォローを実現するアラート機能を追加しました。

今年一発目のオミセラブ、2012年もよろしくお願... 先日、随分前に商品を購入したお店から年賀状が届き、「使い心地はいかがですか？何かあればお気軽にご相談ください」と手書きのメッセージが添えられていました。これだけでまたすぐにそのお店に足を運ぶというわけではありませ...

で精一杯になってしまいがち…。なんとか時間を節約しつつ、きめ細やかなお客様フォローをサポートすることはできないか？という想いから、「リウムスマイル！」に「アラート機能」を追加しました。設定した条件に該当する方をみつけると、メールなどで通知を受け取る事ができます。「本日来店予定の方」「しばらく来店されていない方」「お問合せいただい...



藤田憲一 取締役最高技術責任者

カレーにハマっています。

CSS3とはホームページを作る時に使う、スタイルシートという技術の種類です。弊社の「サイトクラッチ」や「リウムスマイル！」でもデザインはスタイルシートを使用して作成されています。

CSS3は最も新しいバージョンのスタイルシートですが、ここ数年で情報も増え、使われているサイトも多くなって、よく見かけるようにもなりました。

今まで、画像作成が必要だったデザインや、プログラムを使用しないとできなかった動作が、CSS3では簡単にできるようになったのです！

これから作るデザインスキンのデザインの幅を増やすためにも、もっと勉強して知識を増やしていきたいと思

WEBデザイナーのーちゃんのデザインのある生活

CSS3を使ってみた！！



のーちゃん WEBデザイナー

2012年はダイエット！岡村を見習って、夜ご飯にサラダをモリモリ食べてます！今年もよろしくお願



じゃすみん 研修生

成人式に参加してきました！全く会ってなかった地元の友達と久しぶりに会えてよかったです！

研修生じゃすみんのオミセラブ修行日記

身近な広告から学べるもの

紙面のお仕事を任されるようになってから、以前よりも電車の中の広告などをじっくりと見るようになりました。どう割合で色を使っているとか、人物の配置はどうだとか、内容にあったフォントを使っているとか

…まだまだ学ぶべき技術は沢山あります。大抵の人が流し目で見える広告だからこそ、どのようなデザインの広告なら人の目につきやすいのか、しっかりと考えて良い作品を作れるように頑張りたいと思います！

月刊オミセラブ2012年2月号



〒550-0005 大阪市西区西本町1-6-9川田ビル202



「つながり」が資産になる。 会員化のススメ

「つながり」が資産になる。 会員化のススメ



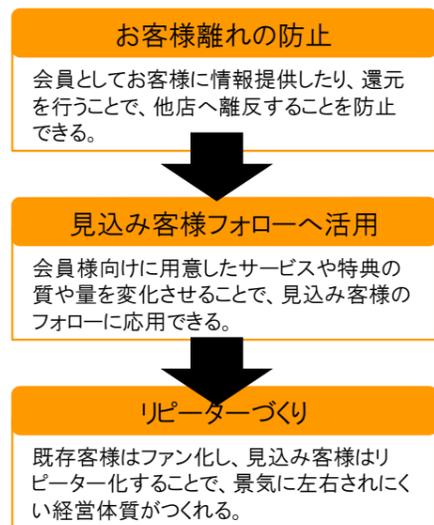
代表取締役お客様係 穂口大悟
2歳の長女を肩車し標高474mの二上山にのぼりました。翌々日、トイレに座るのも困難な筋肉痛に。年です。

「会員化」とは つながりを明確にすること

需要拡大期のように新規顧客の順調な伸びが望めない経営環境にある現在ビジネス誌やニュースなどで頻繁に「会員ビジネス」が取り上げられ注目されています。

「会員ビジネス」「会員化」と一口にいても内容は様々ですが、お店が行う場合、「会員化」とは「お客様とのつながりを明確化すること」である、と念頭に置かなければなりません。

お店が会員化を行うメリット

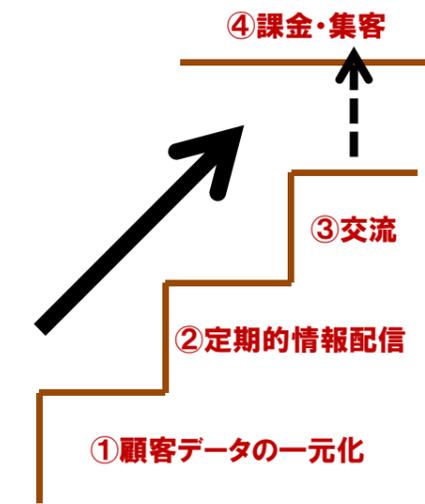


お店が「会員化」を行うメリットは、①現状のお客様を大事にすることで顧客離れを防げる。②現状のお客様へのサービスがそのまま見込みお客様のフォローにも活用できる。③結果としてリピーターが増える。の3つ。繁盛店づくりの基本である、リ

ピーター増加＝ファンづくりを、解りやすく行うこと。それがお店における「会員化」の真髄ではないでしょうか。

会員化実践の3+1ステップ

通常、お店においてお客様を会員化するには次の3+1のステップがあります。



ステップ1 顧客データの一元化
ホームページ、メール、店頭などなど、バラバラに記録されているお客様のデータを、一つにまとめるのが第一歩。

ステップ2 定期的情報配信
一元化したお客様データを活用して、メール配信、お手紙などでお客様と“定期的”にコミュニケーションを行い、つながりを仕組み化します。

ステップ3 顧客間交流
お客様どうしが交流できるイベントなどを

企画し実行します。

ステップ+1 課金・集客
3ステップまでがうまく回る様になればよいよ課金や集客につなげるための企画を行います。

お店における会員化の例

占いサロンのお客様クラブ(山田ありす様)

- ・誕生日年間占いメール
- ・会員限定運勢動画
- ・ランチ会
- ・会員限定ワンコイン鑑定

お客様へのご恩返しとして、はじめた情報会員制度ですが、今ではリアルイベントにも発展。お客様どうしの交流も進み、会員数も増加中です。 arisuclub.com

日本居酒屋のオヤジの会

- ・今月のお酒メール
- ・限定利き酒セット
- ・来店毎300円ポイント

お酒好きの「オヤジ」のリピーター化をねらい開始されましたが予想に反しお客様どうしが親密に。2月には酒蔵への「オヤジの遠足」などイベントも企画しています。

2つとも、そんなに大掛かりなものではありませんね。むしろ通常のお客様に向けた販促と大差はありません。しかし、ここが大切なのです。通常のお客様に向けた還元や販売促進の手法を「会員」という切り口で提供し、他のお客様と明確な区別を行う。そのことによりお客様をファンにしていく。これこそが「会員化」のポイントです。

本年はお客様の「会員化」にチャレンジしリピーターを増加させ、安定的な経営基盤を築く。そんな年にはいかがでしょうか？

既存のお客様を大事にしよう！

2月は日数が少ないこともあり、統計的に見ても飲食店・サロン・小売店の全分野で消費が落ち込む月です。気候的にも厳しい寒さの為外出も少なくなります。

新規のお客様がご来店しにくい時期だからこそ、既存のお客様に思い切ったサービスを行い、春に向けての賑わいのあるお店を演出できるようにしましょう。



●2月のキーワード ■冬物バーゲン

■冬の食品
巻き寿司・春のパンまつり(菓子パン・食パン)
・日本酒 カキ・ふぐ・かつお イチゴ

■卒業式
子供フォーマル・婦人フォーマル

■バレンタインデー
服飾小物

■花粉症対策
のど飴・サプリ・のどスプレー・ティシュー

●2月の気候 後半から徐々に気温も上昇

1月から2月の初旬にかけて寒さのピークを記録した後は徐々に春へ。店頭でも春の気分を先取りしたいですね。

	平均気温	最高気温	最低気温	相対湿度
上旬	5.2	8.8	2	60
中旬	6.3	10	2.9	61
下旬	6.3	10.2	2.8	60

大阪 1971~2000 の平均値 気象庁HP気象統計情報

ピックアップイベント

まるかぶり



「まるかぶり」はもともとは関西地方の風習が近年全国に広まったものと言われています。関連商品として「恵方巻きロール」等も開発されており、巻ずしだけのイベントから広がりを見せています。

バレンタインデー



2月14日
もともとは家族や身近な人への感謝の贈り物をする日だったようですが、チョコレート業界のキャンペーンにより、女性が意中の人にチョコレートを送るイベントとして定着しました。

ワンポイントアドバイス

タイトルはキャッチコピー！

僕がクライアントさんの販促を見ていて「もったいない！」と思うのはタイトルを適切につけている時。

メール配信でも、ホームページのコラムでも、ブログの記事でも、タイトルは超重要。
・本文を読みたいと思わせる
・本文の内容がパツとわかる
の2つのポイントに気をつけて、お客様を引きこむようなタイトルを付けましょう。

まさにタイトルとはキャッチコピー！
本文と同じくらい気合を入れて考えて下さい！
きっと結果に結びつくはず！



リウムスマイル！で会員化するには？

顧客名簿機能(顧客データ一元化)

- ・WEBフォーム
- ・メール送受信
- ・来店カルテ

などすべてのお客様とのコンタクトを記録！

メール配信機能(定期的な情報配信)

- ・個別メール
- ・自動メール
- ・絞り込みメール
- ・ステップメール

などでお客様に情報配信！

ホームページ作成機能(コンテンツ提供)

- ・情報コラム
- ・アンケート
- ・会員専用ページ

などで、情報提供やご意見の収集、告知や受付！