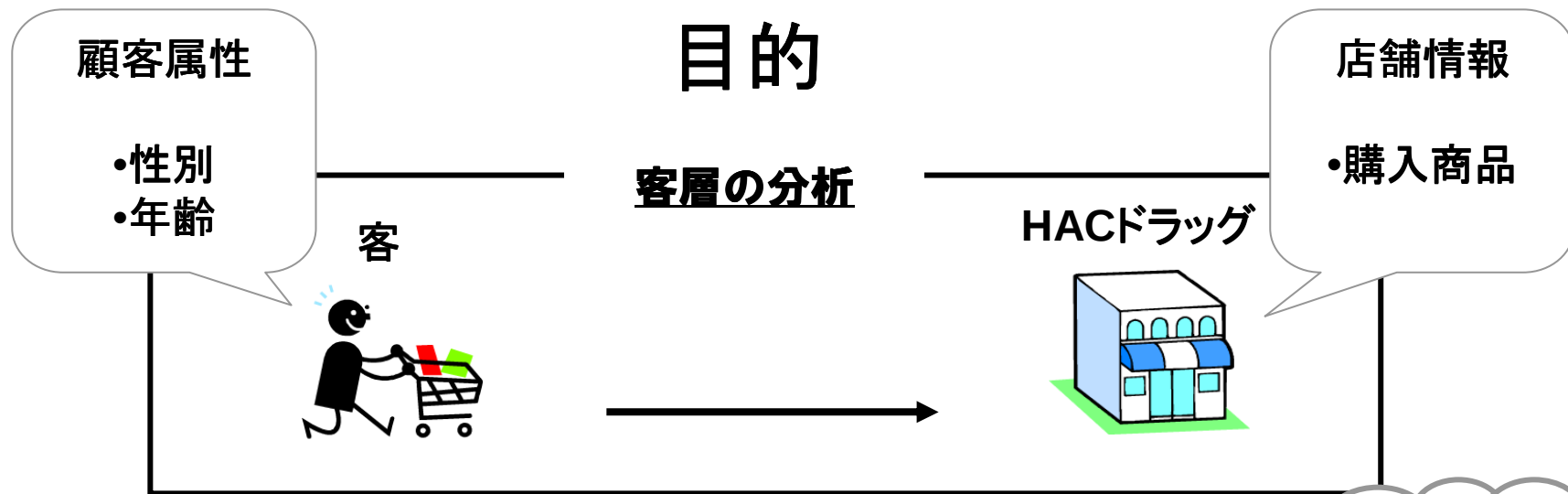
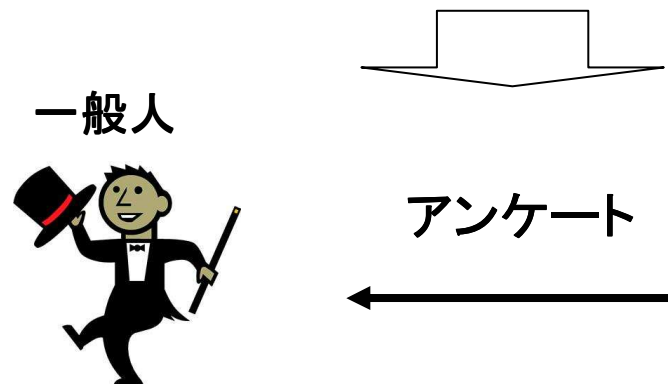




ターゲットの商品と客層



顧客ロイヤルティ
について

サービスの提案

ポイントカードの現状分析と提案

A7p21090

鈴木元也

HAC

Xpress

カムズクラブ

ステップアップシステム

買えば 買うほど おトク!

カムズクラブカードは

あなただけの ポイント倍率に!!

2010年3月1日より開始

毎月1日～末日までのお買物金額に応じて、翌月のポイント倍率が決まります!



例えば

2/1 - 2/1～2/28までの1ヶ月間 - 2/28

HAC でのお買物合計金額が7,800円の場合

1ヶ月間のお買物金額で翌月のポイント倍率が決定!

3/1 - 3/1～3/31までの1ヶ月間 - 3/31

お買物はいつでもポイント3倍!

1ヶ月間のお買物金額でさらに翌月のポイント倍率が決定!

ポイントカードの狙い

カムズクラブ ステップアップシステムがおトクなその訳は・・・

その1

「今まで3倍デーや5倍デーに予定があってお買物に行けなかった・・・」
いつでもあなただけのポイント倍率なので、予定に合わせてお買物に行けます！

その2

「3倍デーや5倍デーは混んでいてお買物に行きづらかった・・・」
いつでもゆったりお買物していただけます！

その3

特売チラシの商品もあなただけのポイント倍率で購入できます！



顧客を増やす



設定金額	1円以上	3000円以上	6000円以上	20000円以上
設定ポイント	通常	2倍	3倍	5倍
反映期間	翌月の1ヶ月間			



実際の集客数は？

現金割引では？

ポイント制

反映期間？

翌日、翌週では？

ポイント比率

クラス数は？

4クラスで良いのか？

ポイント比率による
客数は？

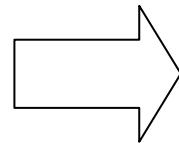


目的

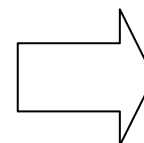
分析



影響



顧客



提案

ロイヤルティの高い
客を増やす

現状把握

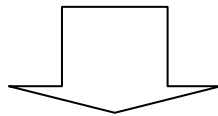
必要なデータ

会員の来店情報

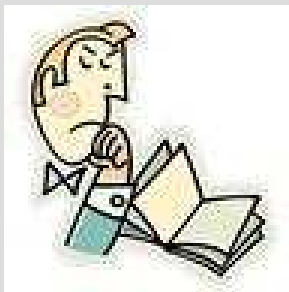
クラス別会員来店数

クラス別会員利用頻度(来店日)

クラス別利用金額/回



増加していくだろう



違う結果なら
?

一般
ブロンズ
シルバー
ゴールド

より良い
設定方法が
あるのでは?



例)

会員クラス	一般会員	ブロンズ会員	シルバー会員	ゴールド会員
性別	男			
年齢	26歳			
来店数(合計)	263			
金額／1回買い物				
～500円	1人			
～1000円				
～2000円				
～3000円				
～4000円				
頻度／月				
0回	2人			
1回				
2回				
3回				
4回				
頻度／週				
0回				
1回				
2回				
3回				

現状把握



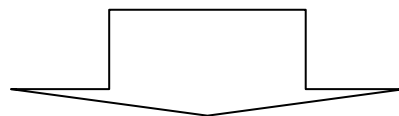
分析

反映期間は最適なのか？

クラス数は適切なのか？

ポイント制は正しいのか？

反映期間に合ったポイント割合があるのでは？



など...

顧客に調査

方法) コンジョイント分析

調査方法

ターゲット層の事前調査

○客層分析

企業より情報提供

ー顧客ロイヤルティ

ポイントカード登録者POSデータ （年齢、性別、購入商品[全商品]）

アンケート 対象：来店者 質問内容：化粧品
（年齢[～代]、性別[自分で記入]、化粧品の種類別利用商品名、購入場所、商品購入頻度）

ーポイントカード設定 （カード利用時の該当クラス、会員来店日、会員1回当たりの利用金額）

○比較用分析

アンケート 対象：一般者 質問内容：化粧品

（年齢[～代]、性別[自分で記入]、化粧品の種類別利用商品名、購入場所、購入頻度）