

第1弾

リピーターづくりに関する調査結果

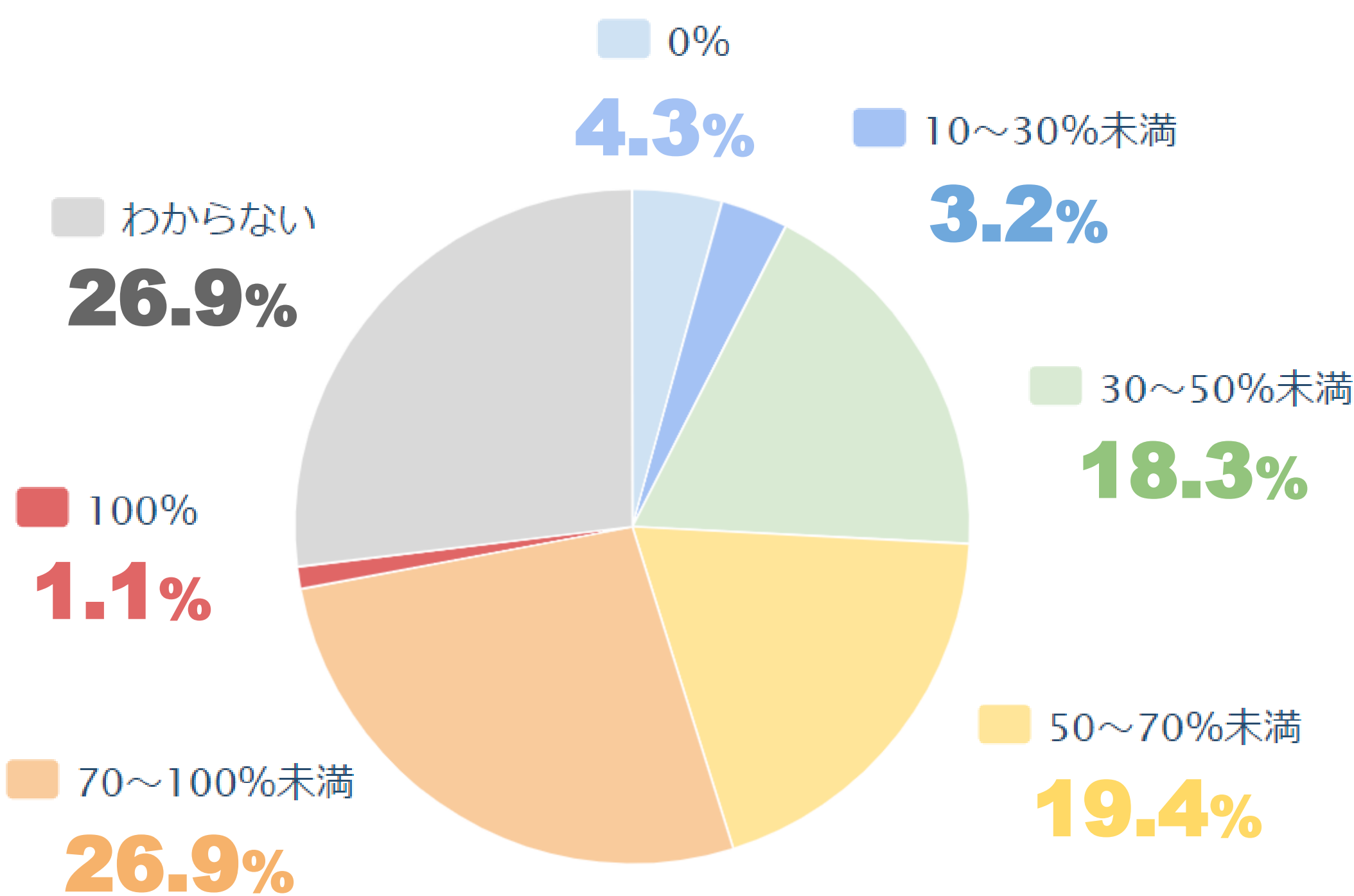
【回答期間】

2022年6月13日～2022年10月4日

リピート率

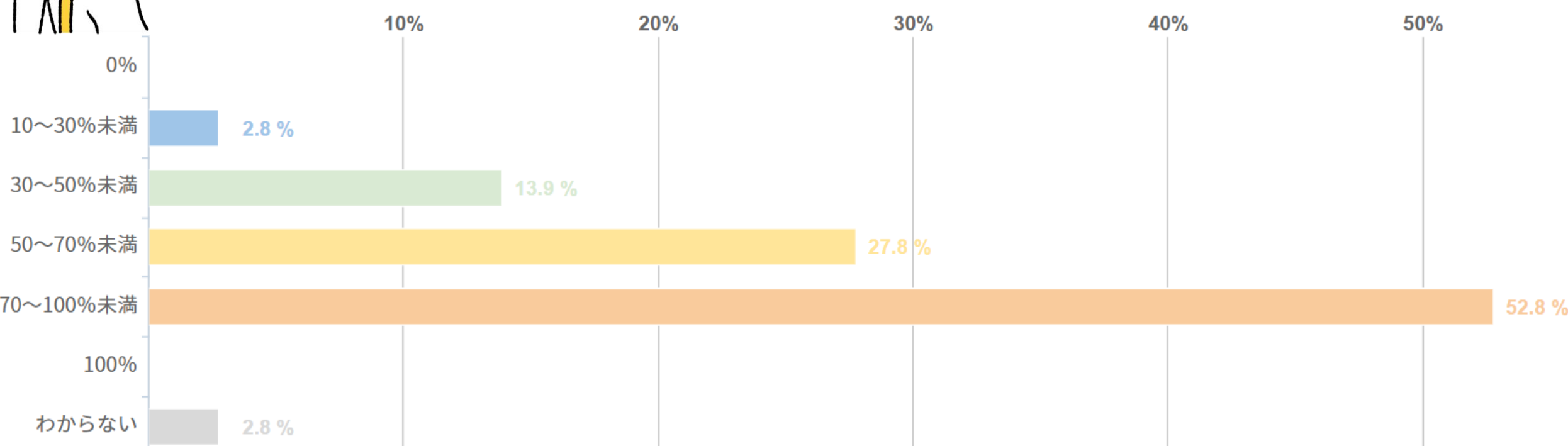
—あなたの事業・サービスのリピート率は大体どのくらいですか？

全体

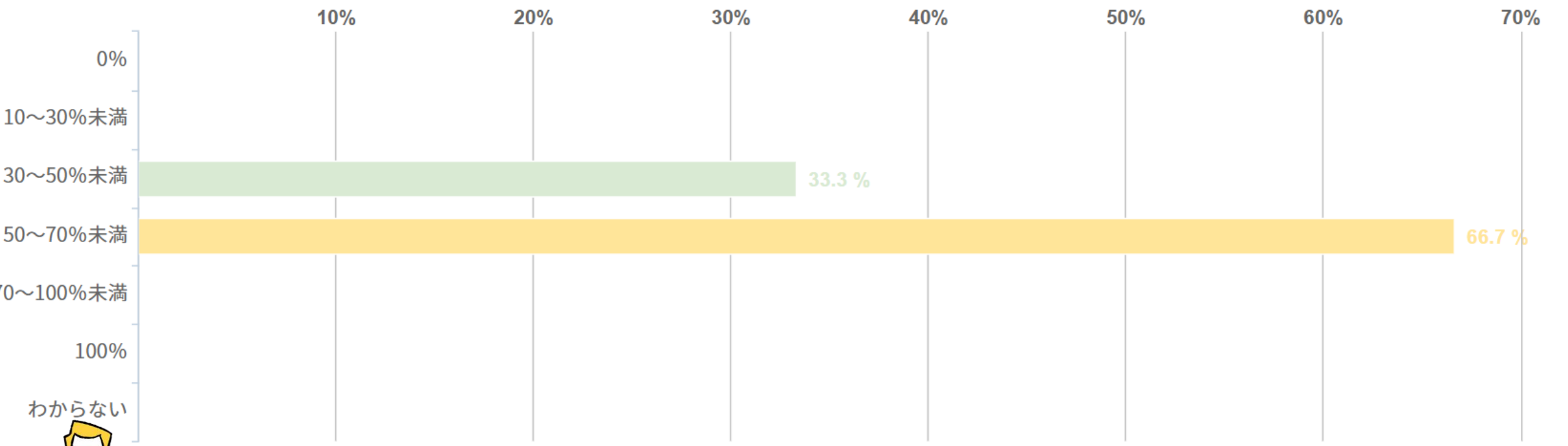


※今回の調査ではリピートの定義が分かりづらく少し曖昧な結果となっております。申し訳ございません。

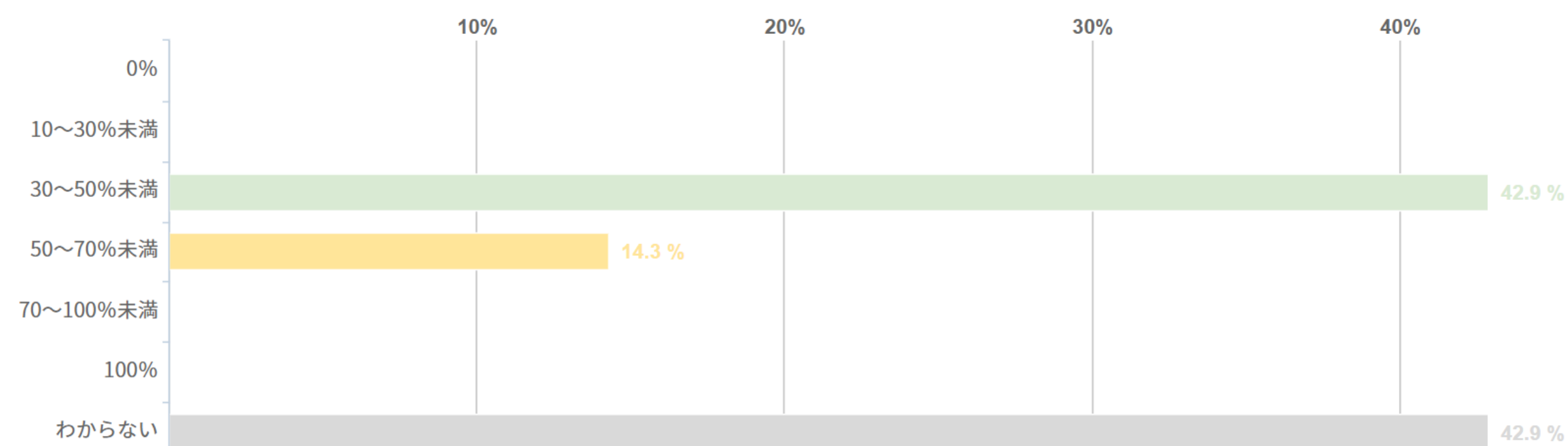
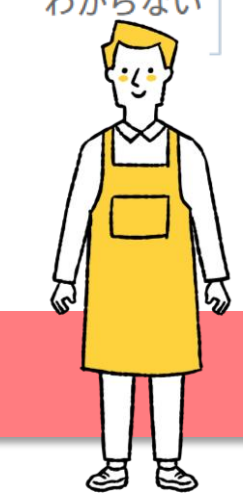
美容業



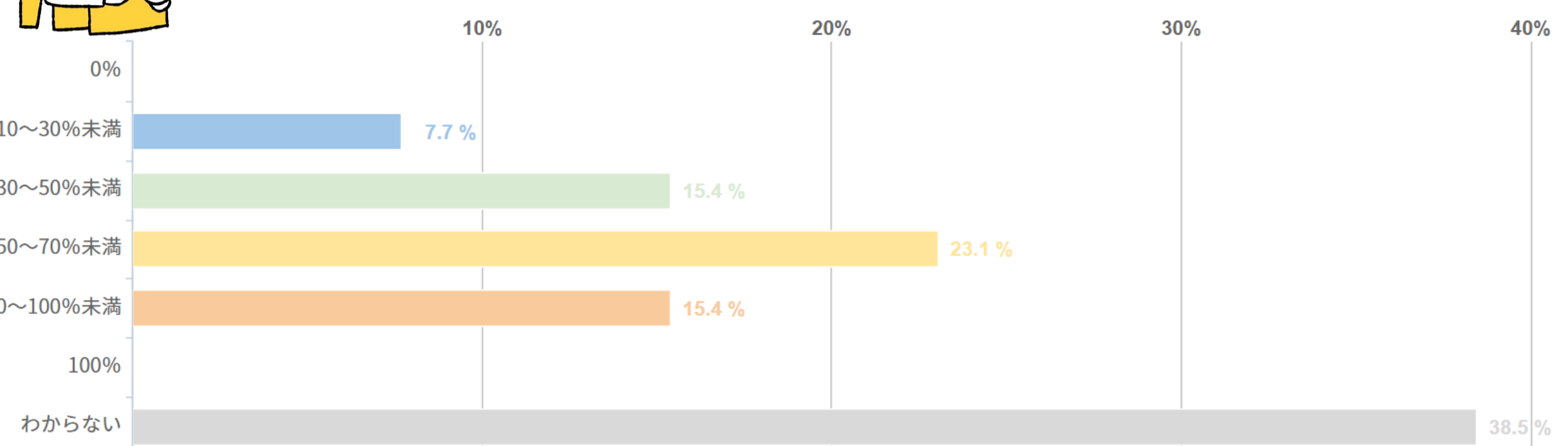
飲食業



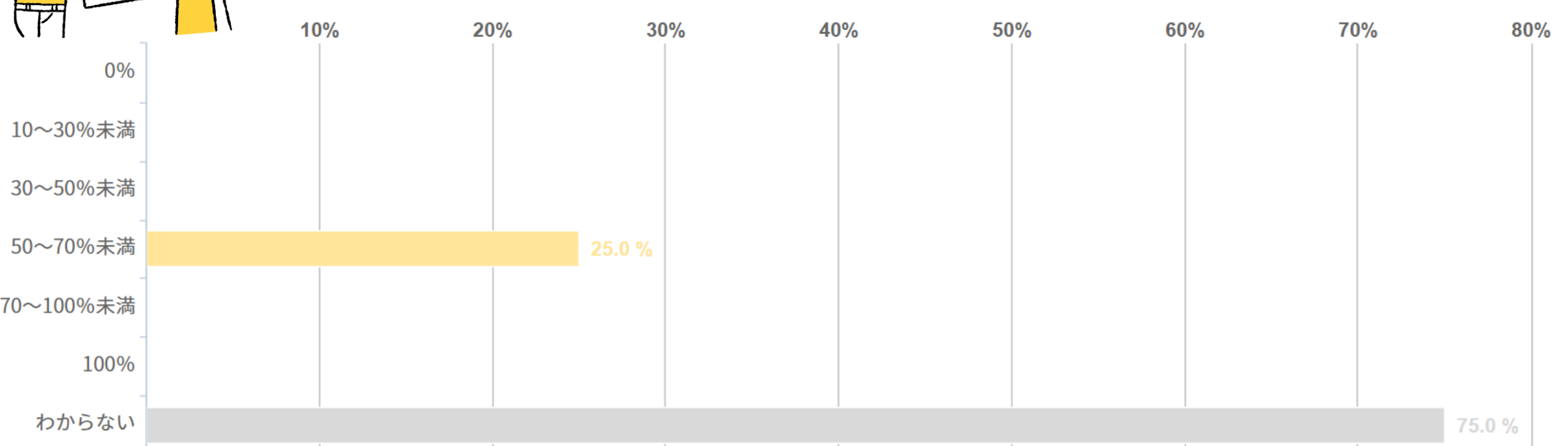
小売業



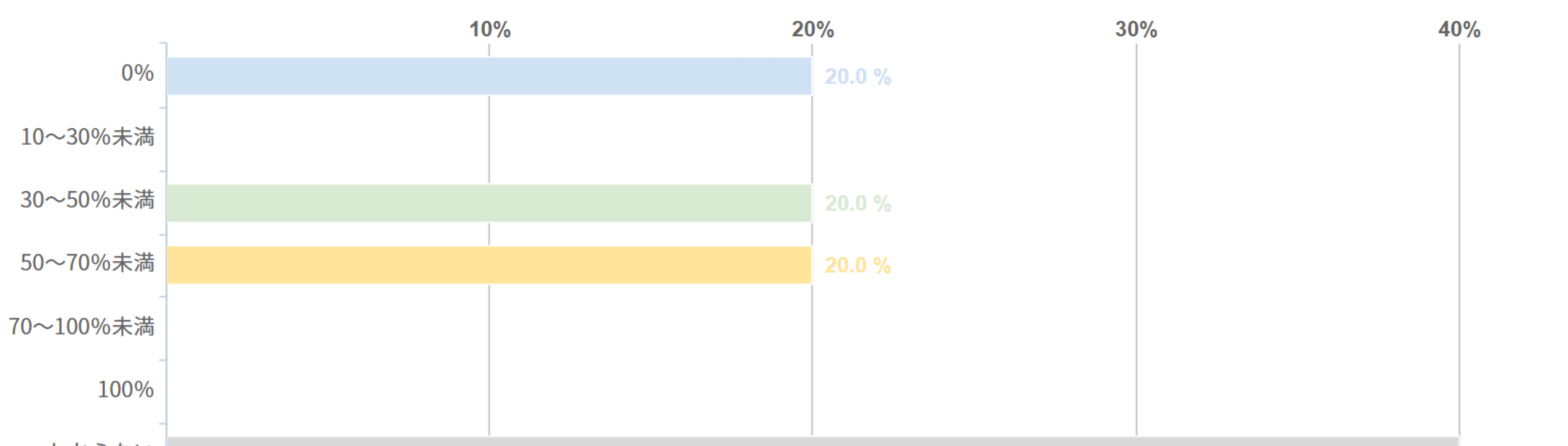
建設業



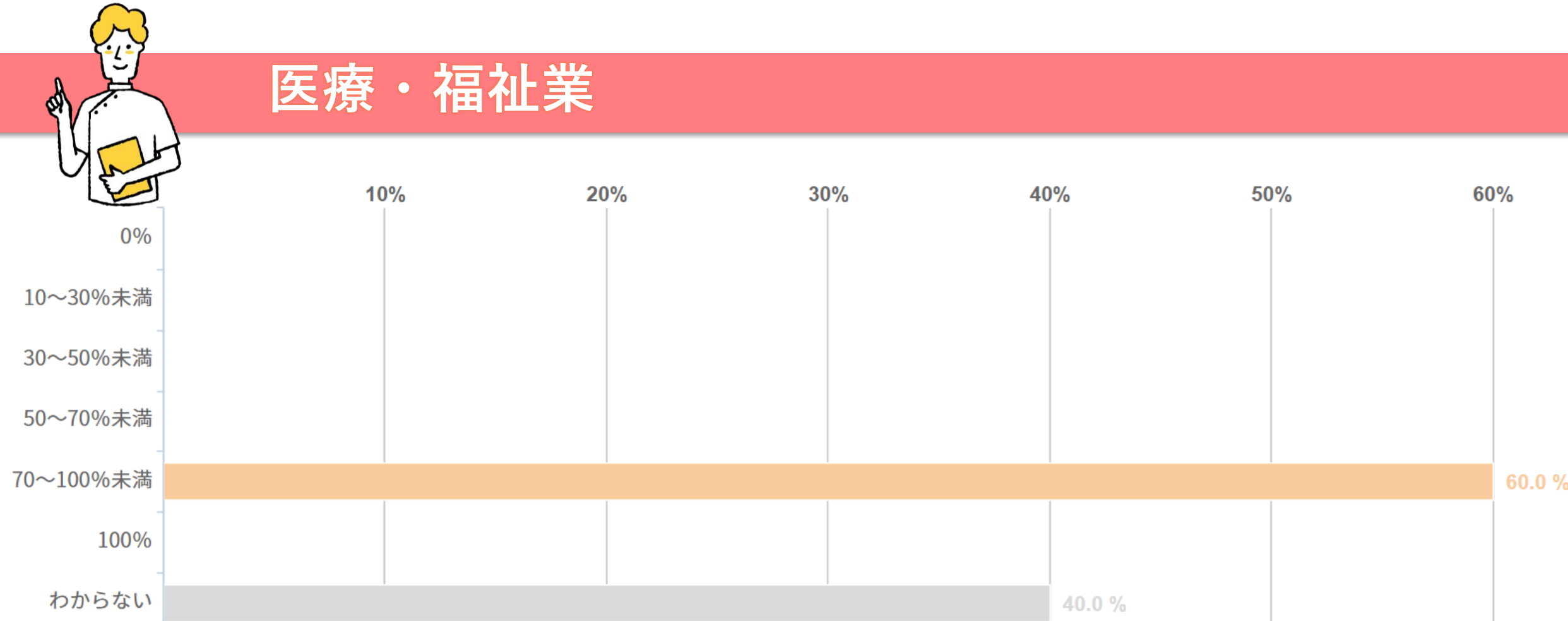
運送業



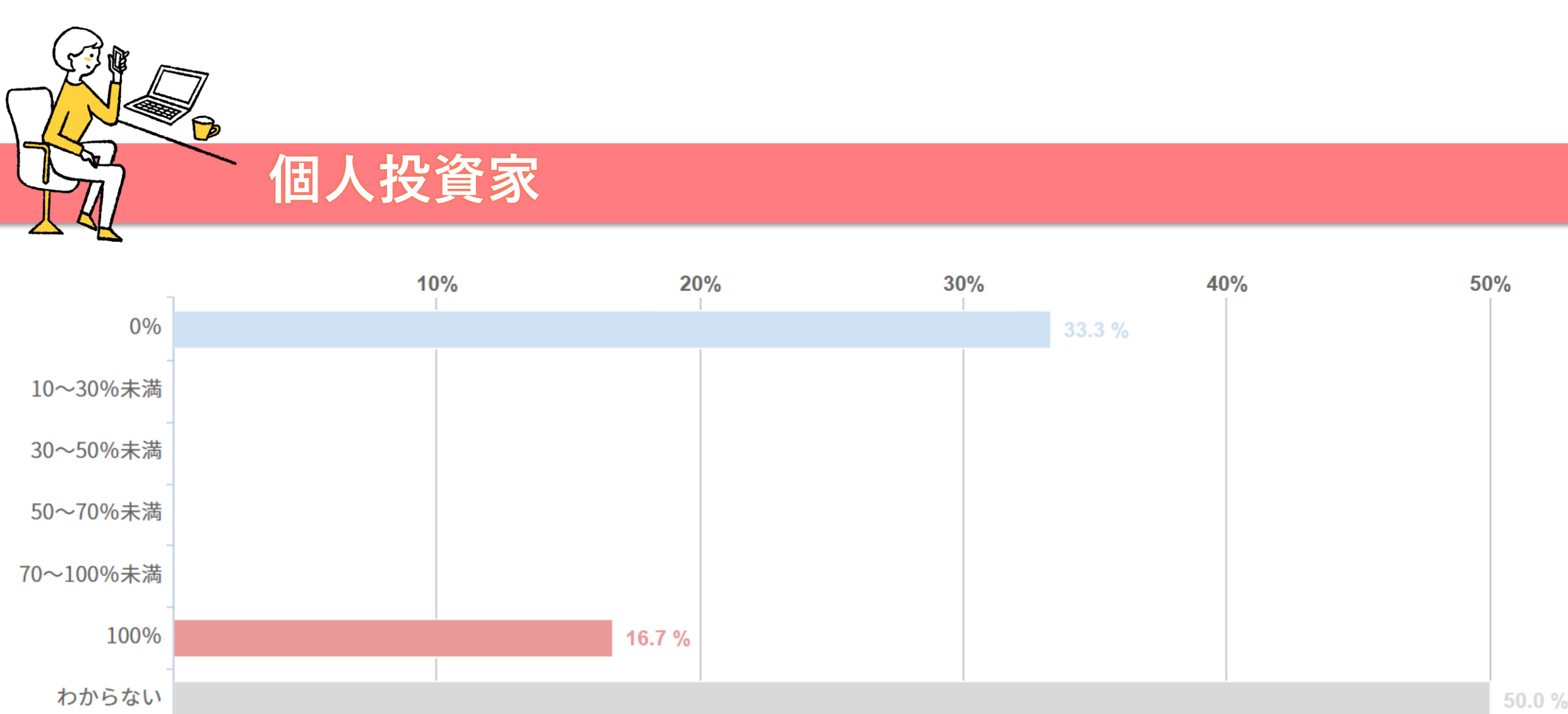
WEBサービス業



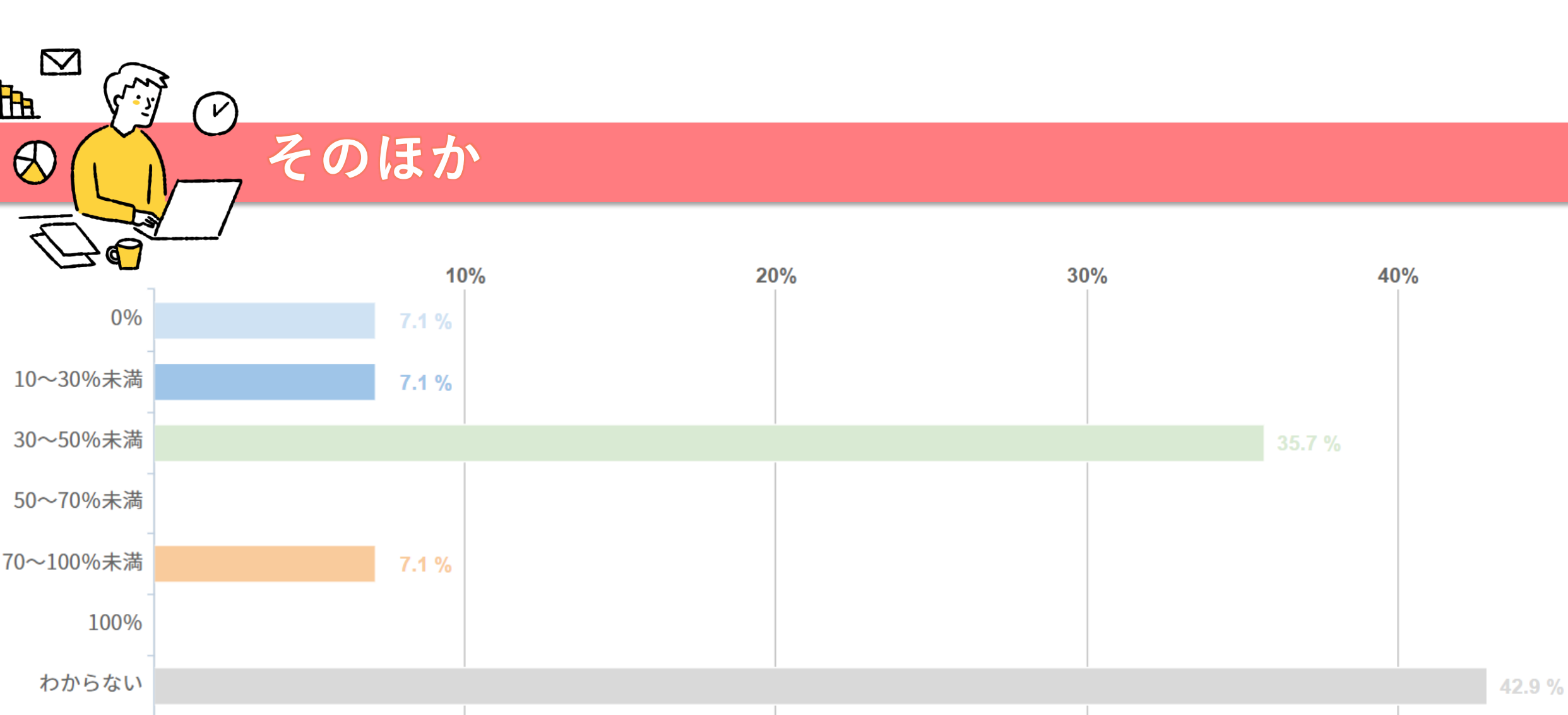
医療・福祉業



個人投資家

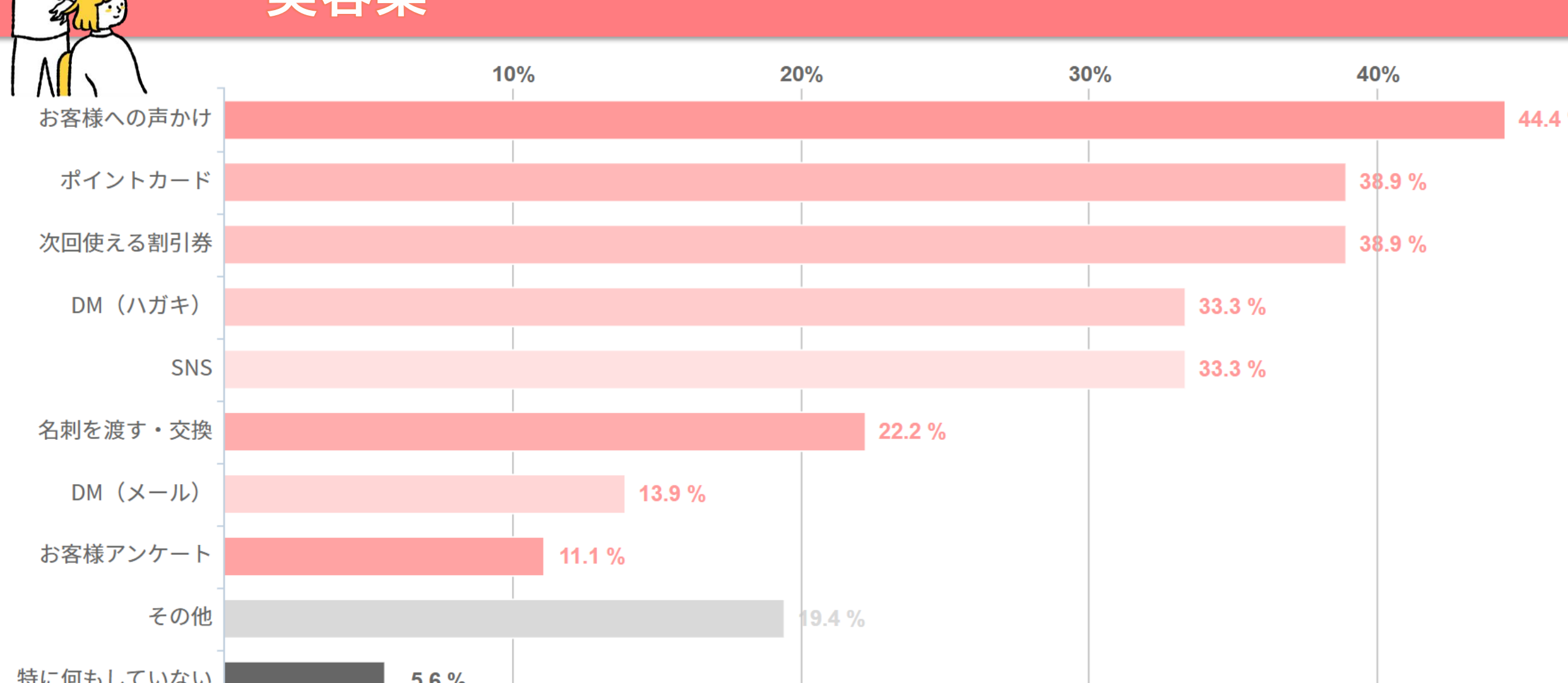


その他



【業界別】リピート率を上げるために実施している施策

美容業



お客様への声かけ

- ・ 次回の来店時期の目安を伝える
- ・ どんな状態になったら来てくださいと伝える
- ・ 次回来る理由を伝える
- ・ 次回予約の提案をする
- ・ 新しく商品を導入する前にお客様に相談する
- ・ 次回の提案をする

お客様アンケート

- ・ お客様の要望
- ・ アンケートを取って、店販でどんなものが欲しいのかなどをきく

DM（ハガキ・メール）

- ・ 新規へのお礼DM
- ・ 3ステップの期限お知らせDM
- ・ DMで特別ご招待
- ・ 定期的にDM
- ・ 期間限定の割引キャンペーンをDMで案内
- ・ 感謝のDM
- ・ 技術に対しての補償やお礼
- ・ 「そろそろどうですか？」の来店促進メール（自動配信）
- ・ 2週間以内に手書きのお礼DM
お客様が自分のために書いてくれたと思ってもらえるような内容で書いている。
中高年の女性にはこれがすごく喜ばれる
- ・ 2ヶ月に1度DMを送る（時間のかからないメニューをプレゼントする）

ポイントカード・次回使える割引券

- ・ 5000円で1ポイント、10ポイントたまったら2000円オフ
- ・ 新規には3ステップカード（2ヶ月以内の再来店で20%off）
- ・ ポイントが貯まると2000円の金券(期限なし)
- ・ ポイントカードを渡しながら説明
- ・ リピーターのための割引クーポン発行
- ・ 次回予約特典
- ・ 会員制など
- ・ 次回の予約で割引サービス
- ・ 2回目3回目割引
- ・ 次回予約と割引カードを併用
- ・ 次回予約すれば20%オフ
- ・ 1ヶ月以内の次回予約で1000円OFF
2ヶ月以内の次回予約で500円OFF
- ・ 次回の来店の際に使えるクーポンを配布（期限は半年以内・全部のメニューが半額）
- ・ 3ステップカード（3回来店まで、特典付き）
- ・ メッセージでの期限付きクーポン送付

SNS

- ・ LINE@から毎週の予約状況を送る
- ・ インスタでのスタイルの提案
- ・ LINEで期間限定の割引キャンペーンの案内
- ・ ラインビジネスでのクーポン

その他

【具体的な説明】

- ・ 事前のカウンセリング時点での施術手順や料金説明等をきちんと行う

【新聞、期間内利用で割り引き】

- ・ 定期的な新聞（お便り）でお店のことを思い出してもらうのと、話題になる内容で次回お話しするのを楽しみにしてもらう
- ・ 来店周期に合わせて割り引き（こまめに利用する方がお得になる）

【リピーター特典メニュー】

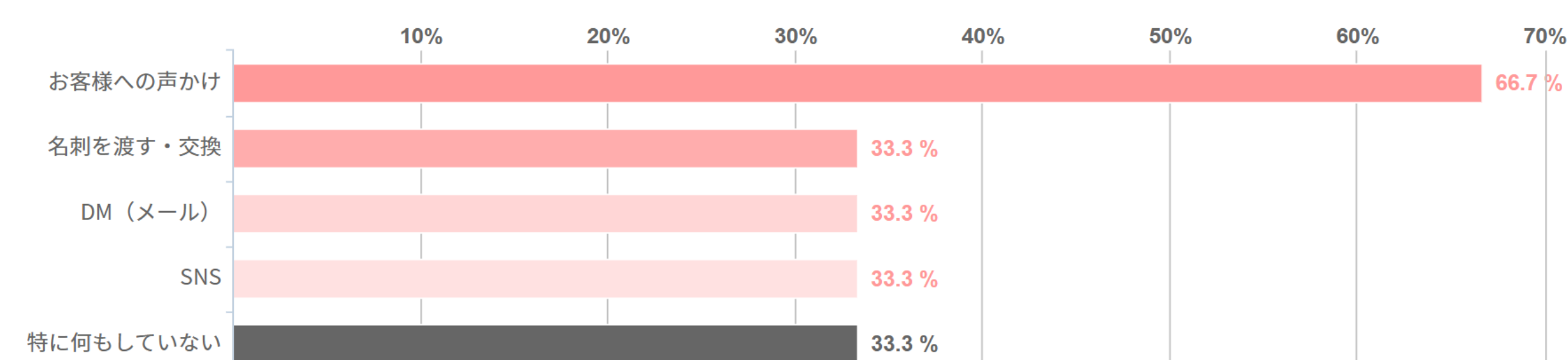
- ・ リピーターのための割引クーポン発行
- ・ リピーターへのアプリ紹介及びアプリからの予約にて1%のポイント還元

【その他】

- ・ 年間パスポートをクジであてさせる
- ・ 当店は予め専門的な分野でアプローチしているので、比較的そこに共感してくれる方が来店されるせいか、数は少ないですがリピート率は高いと思う



飲食業



DM・SNS

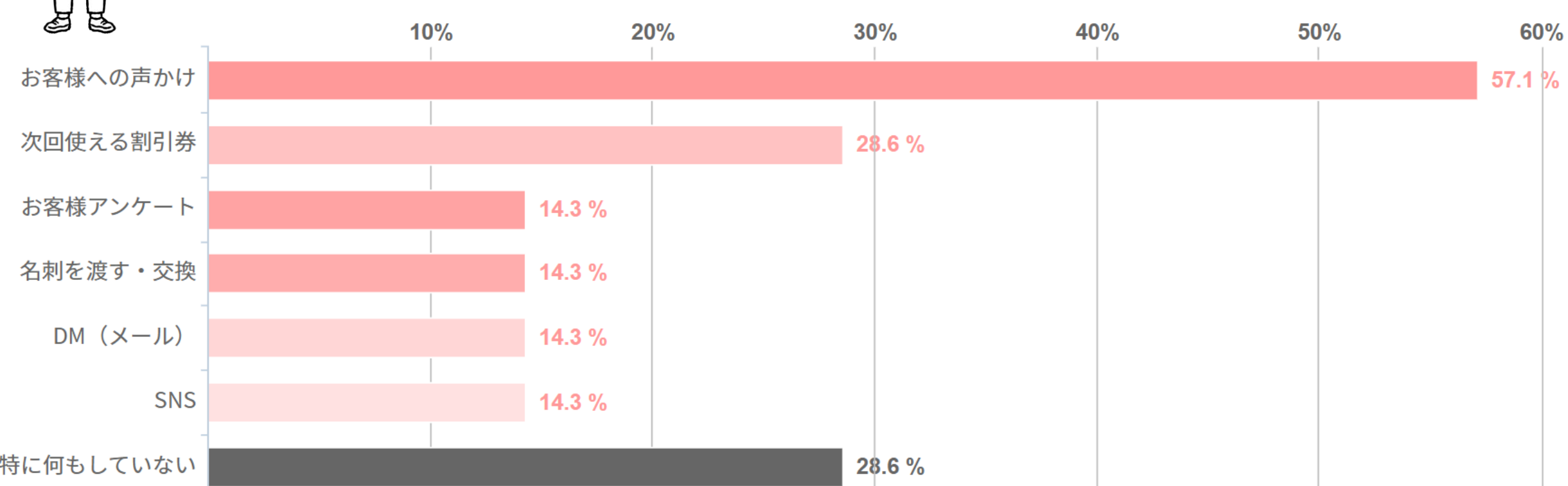
- ・一週間の始まりに天気のことやお仕事頑張ってください、と営業せずにもめにメールをしている

お客様への声かけ

- ・「いつもの」を覚える
連れてきてくれた友人も覚える



小売業



お客様への声かけ

- ・お買い上げ品を袋に入れている少しの間に他愛ないことを話す
- ・常連で来ていただいているお客様に「いつもありがとうございます」など、こちらも認識していることを伝える
- ・お声かけと名刺配りをする

次回使える割引券

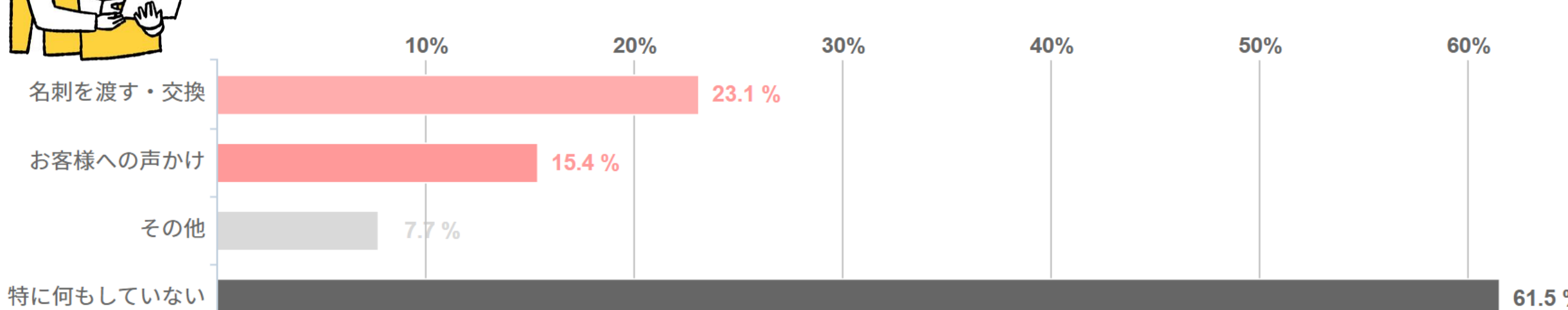
- ・割引券は一個購入すると一個無料などで再来店していただけるような仕組みづくり
- ・次回使える無料クーポン

SNS

- ・新商品の案内
- ・お休みのお知らせ



建設業



名刺を渡す、交換

- ・名刺を渡して、次何かあったら連絡くださいと声かけをする
- ・笑顔で好印象に

お客様への声かけ

- ・笑顔で好印象に
- ・常に顧客へのアピール

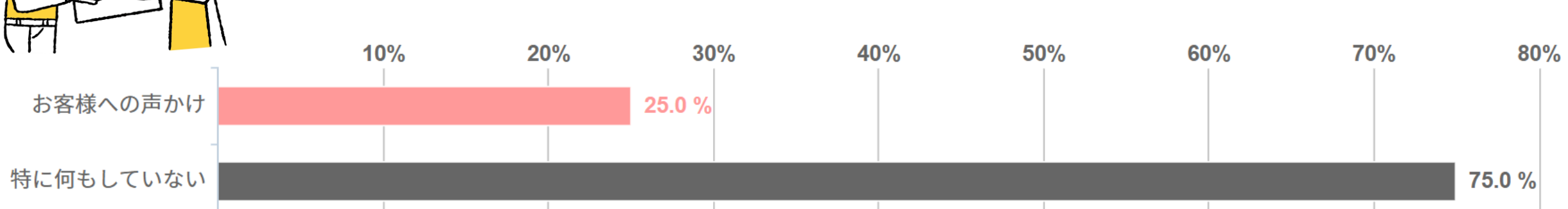
そのほか

- 【お中元を贈る、仕事でのサービス】
- ・予算外の部分の塗装や、お中元を手渡して挨拶まわりをしている

- ・現場作業だけしっかりこなす
- ・人手不足のため自然とリピート率が上がる



運送業

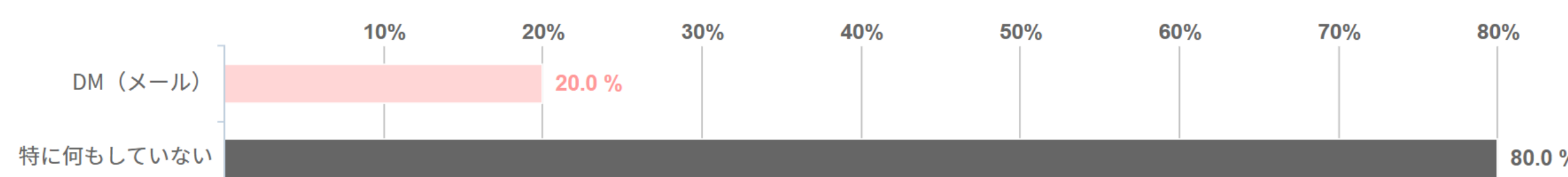


お客様への声かけ

- ・時間指定や置き配の指定方法など約束を守る



WEBサービス業



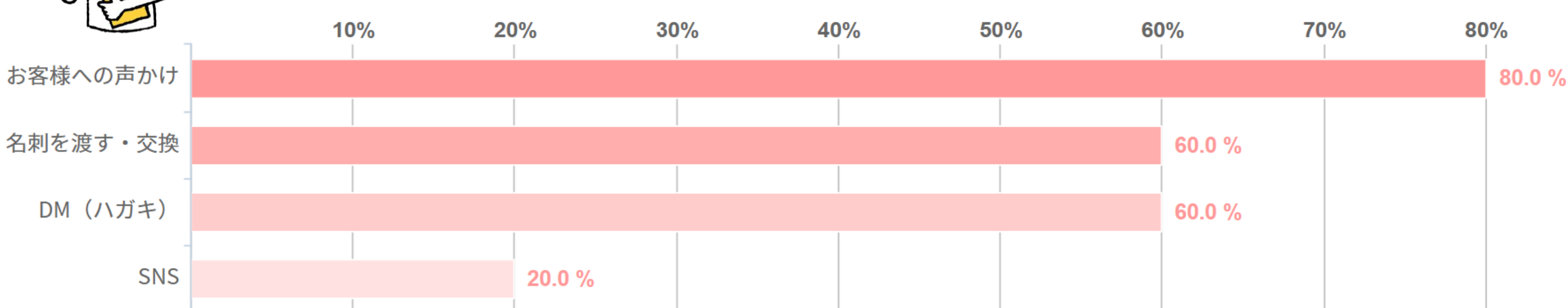
DM (メール)

- ・アンケートの実施に合わせて、定期的なターゲティングメールを送っている

そのほか

- ・特に何もしていないが、高すぎない価格とある程度の品質を保つようにしている

医療・福祉業



お客様への声かけ

- ・初回来店時にリピートする事の重要性を語る
その後も都度都度語る
- ・明確な施術回数の提案をする
過去、現在、未来を具体的に想像して頂き、
こうなりたい、もしくはなりたくないなら
こうしていきましょうと提案
- ・まだ虫歯があるので来てくださいと
お話している
- ・しばらく連絡のない方には連絡をとって、
体調や不具合などないかを尋ねる

名刺を渡す・交換

- ・名刺とパンフレットは必ず渡して、
何かあればいつでも連絡くださいと伝える
- ・初回来店時に丁寧に挨拶して渡す

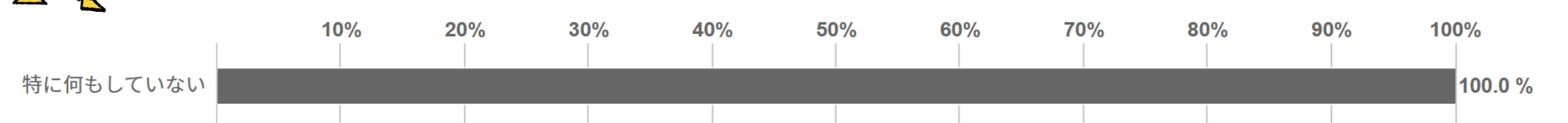
DM (ハガキ)

- ・来院のお礼
- ・誕生日カード
→誕生日カードにはおめでとうの
定型メッセージと10%程度の割引を
- ・ひと月・3ヶ月・半年・一年、それぞれ
来なかった人にリマインドカード
→リピートする事の重要性を簡単に
メッセージとして入れて、期間限定割引券
として使える仕様に
(誕生日カードの反応はあるが、
リマインドカードの反応はあまり良くない)

SNS

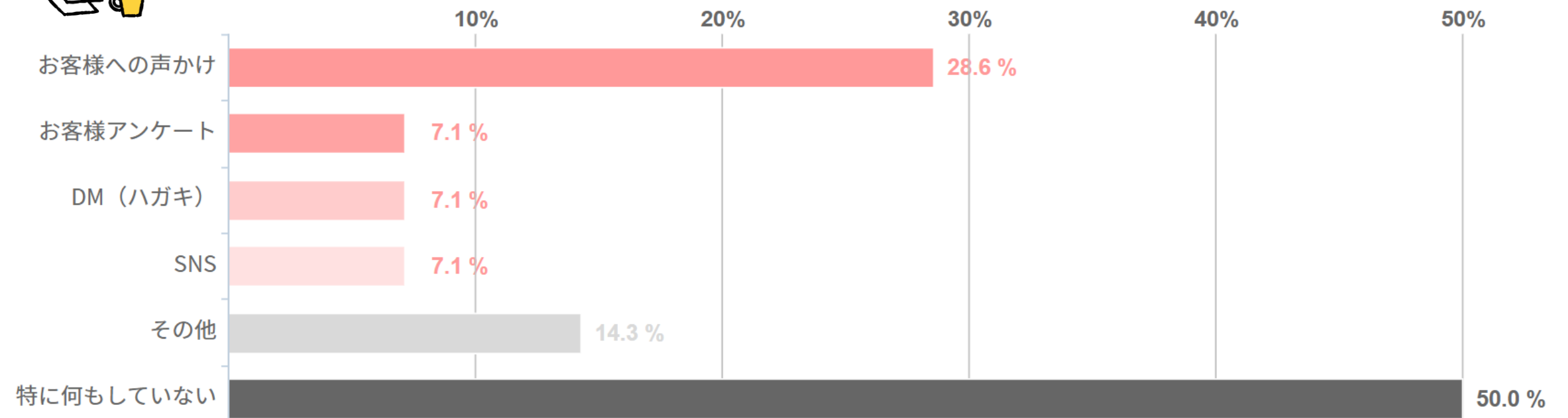
- ・LINEで毎週末に、翌週以降の予約状況を紹介

個人投資家



- ・ステーキングしてネットワークに貢献する
ことで継続収入を得る
- ・投資なので顧客がいらない
- ・投資のみをしている

その他



ファイナンシャルプランナー

- ・時々メールを送る
- ・お客様向けメルマガを発行する

アニメ監督・演出

- ・メディア媒体にて商品を大きく扱ってもらう
- ・商品に限定の特典をつける

通信業

- ・企業に対し、特約店のAP販売のフォローで
商材提案の後、電話対応での後追い
顧客に対してのサービス提案が主

士業

- ・ホームページ、Facebook、Linkedin、
口コミなど

保険業

- ・新しい商品のご紹介

ハウスクリーニング

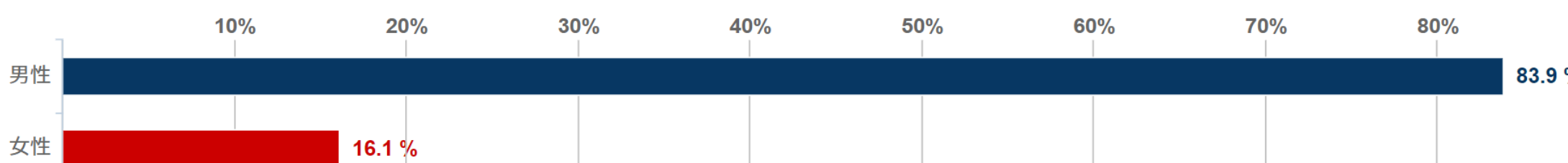
- ・入居の際に簡易アンケート取って改善点は
すぐに改善する

鉄工業

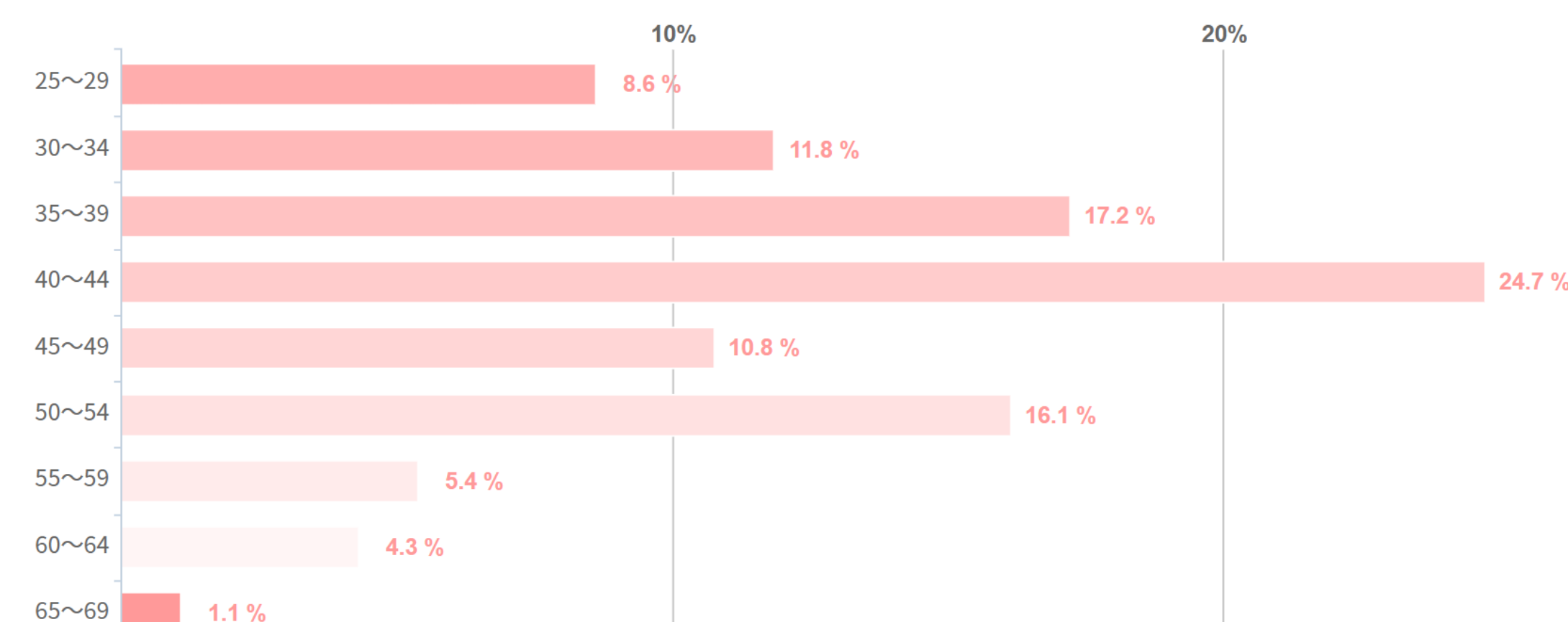
- ・挨拶

本調査の回答者属性

▼ 性別



▼ 年齢



第2弾

リピーターづくりに関する調査結果

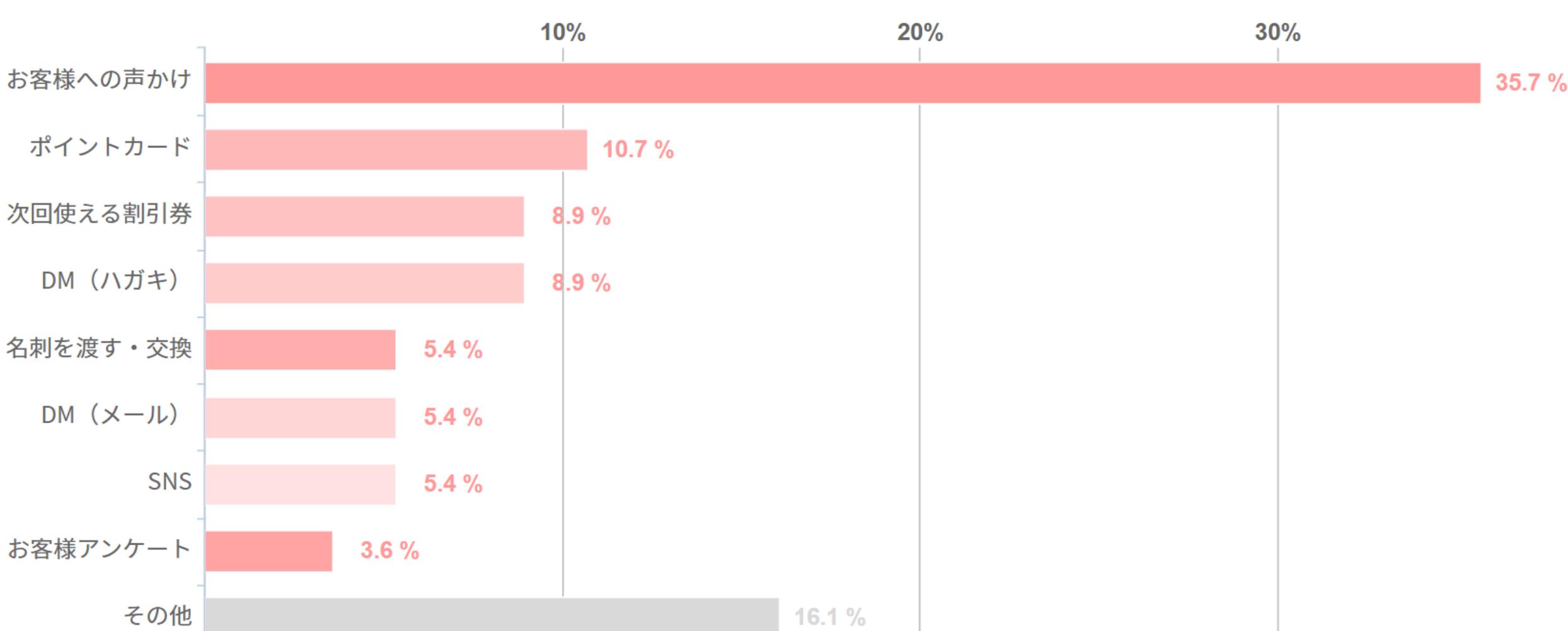
【回答期間】

2022年6月13日～2022年10月4日

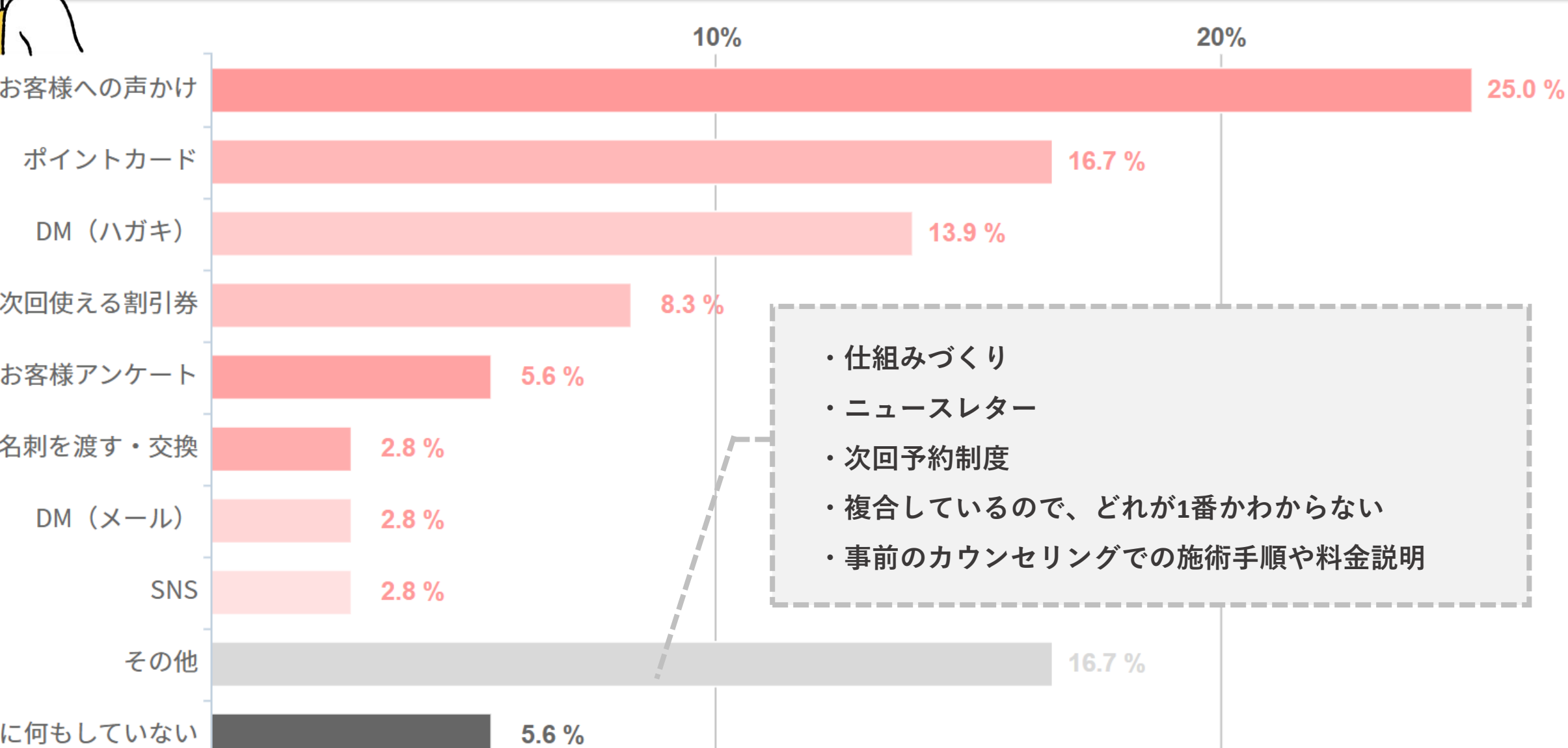
リピーターづくりに最も効果があった施策

全体

※「特に何もしていない」は除く



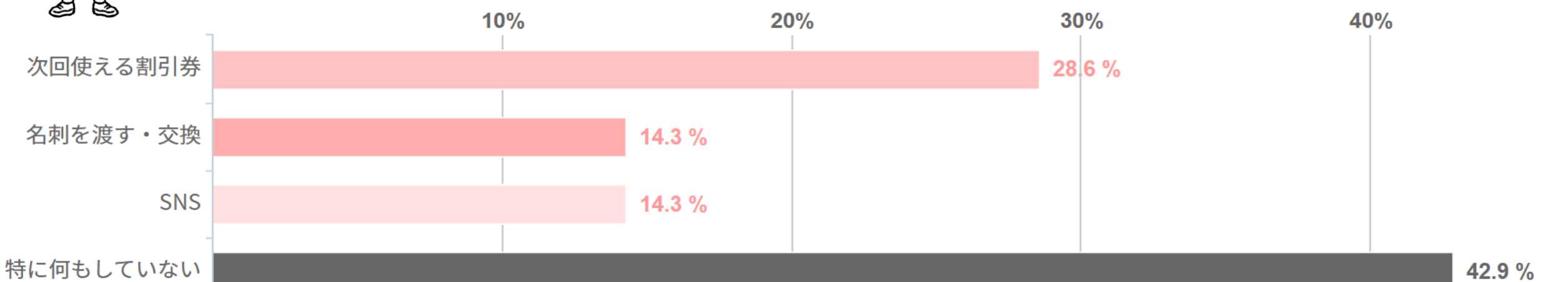
美容業



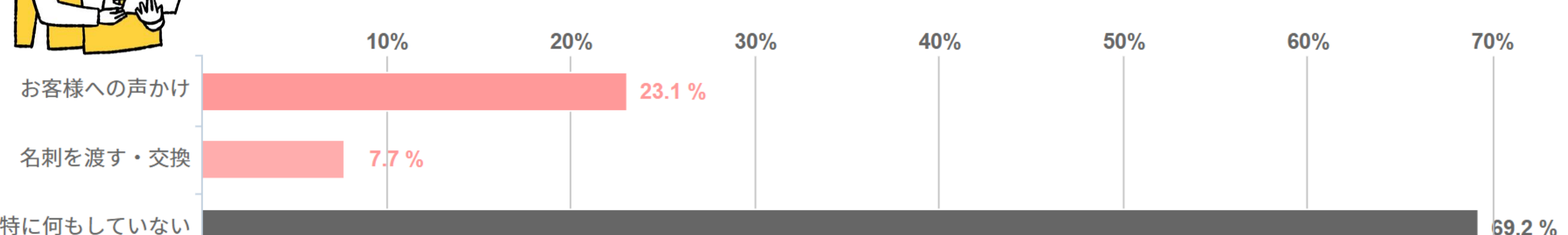
飲食業



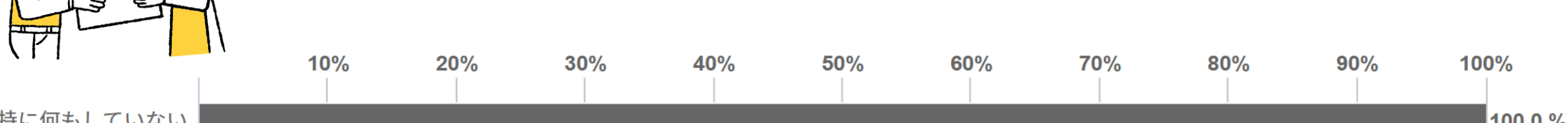
小売業



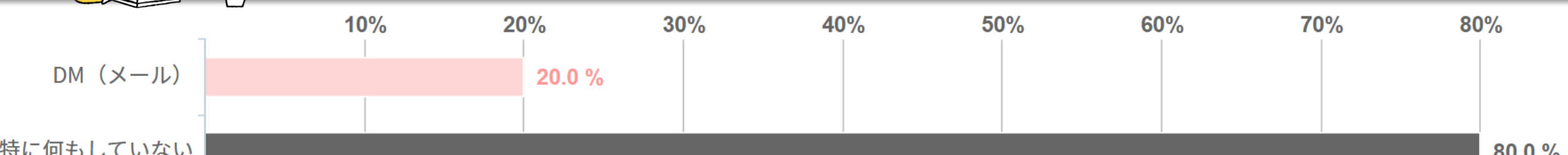
建設業



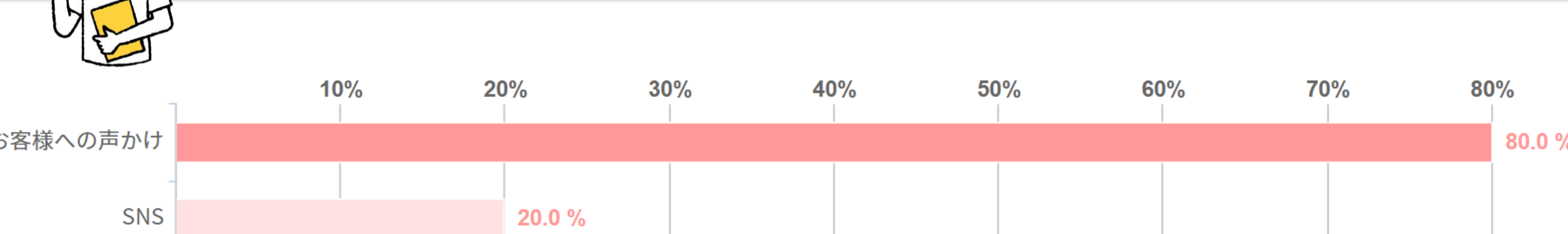
運送業



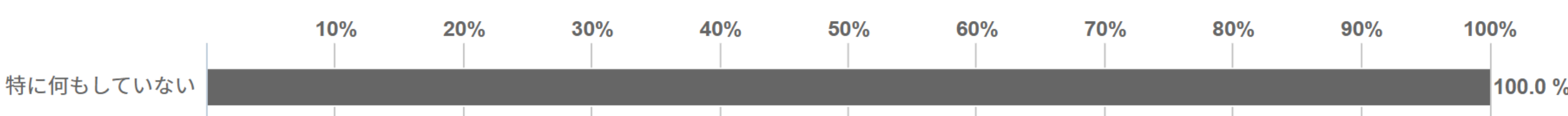
WEBサービス業



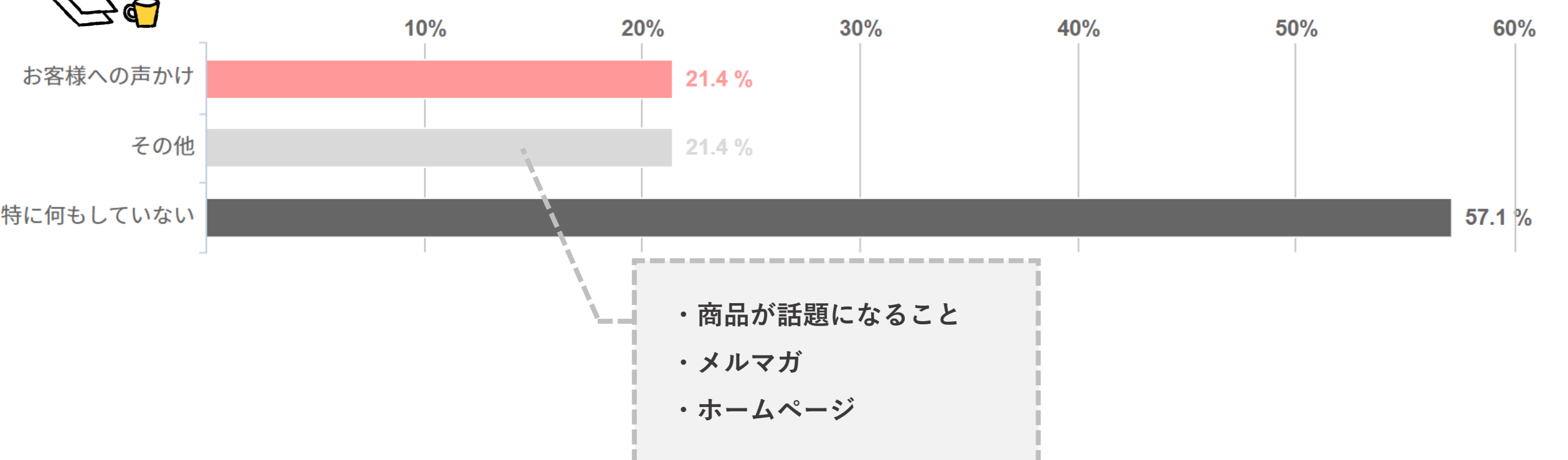
医療・福祉業



個人投資家



その他



【業界別】リピーターづくりに必要なもの・重要なこと

美容業



1番のお悩み、お店にこられたきっかけなどを聞き出して、その部分でのお客様と自分のずれを無くすこと。トータルで値段以上の価値を生み出すこと。

ポイントカード、名刺をわたす、次回割引券、などを渡したり配ったりする。
2回目を安くしすぎないようにする

それぞれの取り組みも大事だが、集客→来店して施術→帰宅後のフォローの仕組みが重要。
DMやポイントカードなどは、仕組みの骨組みをフォローする位の意味合いしかない

カウンセリング時の事前説明による不安解消、次に何をするかわかっていれば安心に繋がる。
料金説明についても同じく説明が大事。

安定した技術(上手なのが前提)、程よい距離感(慣れなれしすぎない)、提案力、話を聞く力と話しやすさ。値段以上のものが得られる。

お金を払う時に満足していただけること、名前を呼ぶこと、次回の提案を一言そえること、次回予約を入れて頂くこと

そもそも美容師なら、髪の毛と自分の人間性で満足させてリピーターさんになっていただかないとその業にとって、本当の意味でのリピーターさんではないから、囲い込み戦略に興味はない。
髪の毛をさしていただきながら、何を言い、どう仕上げるかが全て。
腕のないうちはDMが響くのではないかと思う

不安の解消。あとは運。所詮は髪の毛であり、ずさんな扱いをするものなので、定期的な連絡が必要。
あとは人任せになる部分なので気にしないこと

コンテンツも重要ですが、やはり「人と人の絆づくり」が最も大事だと思う。
なぜなら、施術時間が長いため、その空間でいかに癒しを感じてもらえるか、が大事だと思うから。
信頼関係と安心感を与えることが重要なことだと感じる。
そして、ご来店の際には、感動して頂けるように努めること。

十分なカウンセリングでお客様のお困り事を細かく引き出すこと。それに対して満足いく結果を示すこと。お客様に信頼していただける自分づくりをすること。

次の予約をとって帰ってもらうこと。誰のどんな悩みが解決できるか分かりやすいこと。
自分のキャラを認めてくれるお客さんだけを集めること。

信頼と関係作り、それには、お客様のことをよく理解し、こちらのこともよく理解してもらうこと。
接触頻度を高めるなど

お客様のお悩みをしっかりと聞き、髪がいい状態を保つ為に次回予約をする理由（ご来店ペース）をしっかりと伝える。

お店のトータルでの雰囲気作りとお客さんとの関係作り、忘れられないような動線作りがとても大事な事だと思う

お客様の心の癒やしに繋がる接客を心がけて、施術中の会話等でお客様をおもてなしできるスキルを持ったスタッフの育成。

マンネリしないように、新鮮な気持ちでいられるような、あっと驚くキャンペーンを実施することによって再来を促す

お客様にとっての必要な存在になること。お客様のお悩みを解決できるような知識や技術を身につけること。接触頻度を増やす。

来店後のフォローなど、日頃からコミュニケーションを取り忘れられないようにする事でリピートしてもらう

サービスの充実に加え、自店でしかできないサービスや商品をお客様に提供することで他店との差別化を図ること

お客様のホンネを聞き出すための話し方をする。毎回気になっているところを質問して理解して共感して一緒にヘアケア、ヘアケアスタイルを考えていく

お客様からアンケートを取り、ご要望や感想をもとに改善点や新しいメニューなど、意見を反映させる事がリピートにも繋がる

次の来る理由を作ること。この理由を作らなければ2回目の来店は厳しい。
来ないといけない理由があるからリピートしてくれる

必ず定期的に来店させて、単純接触の機会を増やす。次回予約をするメリットをしっかりと感じてもらえるような仕組み作りをする

美容の中でもピンポイントでお店の得意な分野をしっかりと打ち出しておくこと。
そしてそれに対して的確なアドバイスと結果を出せる準備をしておくこと。

ターゲットを絞って集客して、ターゲットのお悩み解決メニューを提案して、メニューを買ってつづけるための仕組み作り

技術はもちろん接客で頭皮の悩みや髪の毛の悩みをいち早く気づいてあげられる事がすごく重要なこと

誠心誠意、やはり接客業は、親切丁寧、サービス精神、思いやりの心が大切だと思われる。
もちろんシムテム的なものがあればいいのだが...

お客様との信頼関係やコミュニケーションが1番かと思う

自分の接客や人柄、技術についてきてくれる方がリピーターさんになるのだと思う

やりたいスタイル、なりたいスタイルや次回提案、年間計画などを立てて
次回以降の予約を取って帰って頂く。

接客、技術は当たり前で、お帰りの際には、次の再来に繋がるように、
カードを渡しながら説明してリピートしてもらう

お客様との距離感をはかる。次回来店いただくにあたり楽しみや期待をもってもらえる何かをさぐる。
居心地の良い空間をつくる。

次回提案はもちろんだが、トレンドを活かしたスタイルを意識して、お客様の満足度を高めることを
意識する

接客業なので、技術はもちろん、お客様のイメージにどれだけ近づけられるか、
悩みや普段のケアが楽にできるかどうかをサポートすること

新規の方とリピーターを増やすことが1番大事だと思うため、
通いやすいお店作りをすること

コピーライティングスキル、マーケティング、自己分析、目的意識。
優先順位の正当性、サービスの簡略化、
対象顧客のアプローチ、対象顧客の絞り込み、対象顧客の満足度アップ
コスト削減、固定費と変動費の認識
定期的な接触頻度

飲食業



もちろん御来店頂いた時に楽しかったと印象に残る様に接客する
そのお客様の好きなチャームなどを提供する。手作りケーキやクッキーをプレゼントする。

店舗業態にもよるが、インスタでのお知らせや、毎月の行うイベントのお知らせを
しっかりと行うことが大事だと思う

メニュー、値段を気に入ってもらえるのはもちろんだが、それ以上に自分を気に入ってもらうために
相手を覚えて承認欲求をくすぐる

小売業



全てにおいて迅速な対応をし続けて、真面目にコツコツ当たり前の事
お客様に提供し続けられたら、リピーターはついてくると思う

またこの店に来たいと思わせる店作り・素敵な接客、品揃え
この2つが揃えば大体の方がまた来ようと思うのではないかと思う

ブランドとして認知されること。質の良い商品を提供すること。
ネット販売のためお客様相手に対面で接客する機会がないため、
商品にメルマガ登録を促すサンキューカード等を入れる。

店舗を構える場所にもよると思いますが、自店ではビル内のため会社員をターゲットとして
毎日使っていただくような感じに近いお店のため、その方たちが毎日通いたいと思っていただける
ような売場作りや飽きないお店を目標として動く

誠実さと丁寧さ、親身になって接客する事。
第一印象をよくするためにも笑顔でハキハキと話すことで印象を与える！

丁寧な接客を心がける。
店舗としてのコンセプトにブレがなく、常に看板になる商品をブラッシュアップさせていく。

お店に来てくださるお客様に声かけをすることは大事
話をしやすい感じや、聞きたい事が気軽に聞ける雰囲気作りは大切

建設業



故障やシャッターの取り替えなど、お客様から連絡が来たら、なるべく早く対応できるようにする
ことが次の仕事に繋がると思う

笑顔で接して言葉遣いを直す。養生や仕事の段取りなどお客様への気配りをして仕事をする。
次に繋がるように心掛ける。

看板を借りて仕事をもらっているので、CMなどの広告は効果がある
モデルハウスなどがあるので、そこでの来客でのお客様獲得もある

信用と丁寧な仕事。
どんなに、安くても、塗装が何年もしないうちに剥がれたりすると、次回からリピートしてくれなく
なるので、塗料をごまかすことなく、また面倒くさがらず、きちんとした工程で作業することで、
お客さまも意外とみているので、当たり前の事を当たり前に作業することが大切。

一つ一つ丁寧に、すべてのお客様に満足していただけるように、
作業をしつづけることは大事な事

絶対条件でよい商品を作る、かつ生産性を上げ数でも満足させる
でもここまでは当たり前の事なので、あとは常に顧客のところへ出向き商品の提案を兼ねて
仲良くなるように努力する
一番大切なのは、あてにされる人間を目指して努力する事

内装業だが、現場に関わる知識、もちろん丁寧に仕事をこなすなど、
そういった積み重ねが大切だ

監督さんとの関係や周りの業者さんとの関係を良くしておく事
頼まれた仕事をきっちりしておく事が大事

お客様との打ち合わせで、仕事を取ってきて、技術で信頼を貰い、会社をでかくしないと、
会社が潰れると思う

技術や早さより、どれだけ人を集められるかなど、コミュニケーション能力の高さで
差が出ていると思うので、集客力が大事だと思う

肉体労働のため特にないので、毎日毎日の仕事をこなしていくのみで、なくなれば休み
リピート率は10年後に外壁塗装などの工事が入るくらい

やはりITとの連携が不可欠で、お客様との連絡をスピードアップする必要がある
値段の安さではなく適正な価格設定が必要

運送業



宅配業はかなりの労働で、その配送先のお客様への対応など、配慮に欠ける部分も多々あるように
思う。何かサービスがあるとか安売りがあるとか、そういう業種ではないため、その分お客様には
丁寧な対応を心がける事が必要

顧客と仲良くなって、さらに顧客を増やす努力は必要不可欠になる。
競争力の激しい業界でもあるから大切だと思う。

取引先の方とのコミュニケーションをどこの会社よりも多く取ること、
相手方にとってより良い事案の提案等をする事

お客様と日々コミュニケーションをして
活動実績を増やして、信頼性を確保していくことが重要だと思う。

WEB サービス業



大量に送るより、興味を引きそうな人や内容を絞ることと、
利用者が多い媒体で広告すること。直近ではLineやSNSの利用が有効になってくると思う

リピートを求める業種ではないので、今のところ意識していないが、
今後の事業展開によっては必要になるので意識していきたい

継続的な契約ならともかくリピーターは必要ない。
それよりもお客様を紹介いただく方が大切である。
良い営業会社も必要。

他社より優れていたり、価格がある程度適正であること
(価格のみになると価格競争になってしまうため、それは防ぎたい)

期待されている人材を確認の上でそれに見合った仕事の成果をコンスタントに出すこと。
過去の顧客と繋がれるように連絡先を交換しておく

医療 ・福祉業



どのような職業でも同じだが、信用されるかどうかが重要。
しっかり主導権を握りどうしたいのかを聞き出す。

ケアの丁寧さ、治療に対しての不安を軽減するため、
しっかりと説明、納得してもらえよう心がける。コミュニケーション力が大事

顧客からの信用、信頼されるための実績、対面時に与える好印象、
理論とそれを裏付ける体験を味わってもらうことなど。
信用と相性。相性の悪い顧客を増やすと相性の良い望ましい顧客が減ってしまうと思う。

治療の結果を出す事は勿論だが、
一般的には営業力、具体的には営業トークのスキルの問題。
的確な施術回数の提案ができれば、必然的にリピート率は上がると思う。

定期来院の重要性を伝えること、また虫歯は痛くないうちに診せていただくことが重要であると
お客様にきちんと伝えること

個人 投資家



ネット証券会社のリピーターという側面で考えてみると、
「コストの安さ」「銘柄の購入しやすさ」「対象銘柄の数」が大切だと思う

ブロックチェーン、暗号資産、NFT、さらにはメタバース、DeFi、DAOなどによって、
世の中が大きく変わっていくときに、税制をきちんと世界と横並びにしておかないと、
日本に人が全く集まらなくなる。

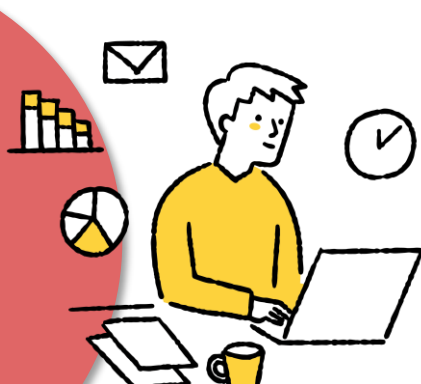
ブロックチェーンの技術者が集まらない、スタートアップも集まらないといった状況の中で、
ブロックチェーン時代が本格的に来たときには手も足も出なくなると思う。

有益な情報が飛び交っているコミュニティに参加して、継続的に最新の情報を得ていくことを
心掛けて、その時々にあった有利なポジションを構築すること。

自分は投資を勉強・実践している者なので顧客がいませんのでリピーター作りは不要。
でも、自分が使用する取引業者のリピーターに自分になるかどうかは、
サイトの見やすさ、使いやすさと数値が納得いくものであるかで選ぶ。
(同じ投資をしても業者によって結果が異なるため)

投資は自己責任ですが、今の情勢を考えるとしておく必要がある。
日本は円安で少子高齢化が進んでおり、国内のみの商売はジリ貧。

その他



アニメ監督・演出

いかにして、取り扱う商品がいろんな世代に受け入れてもらえるかを考える。
それとは逆にコアな層向けにマニアックな商品を深く扱えるか。この二極化。

通信業

顧客に対しての販売フォローですので、リピーターという概念には回答しづらいが、顧客へ特約店から同行させていただきプレゼンさせていただいている。

FP（ファイナンシャルプランナー）

- 常に最新情報を提供する
- お客様との連絡を密にする
- 要求以上のことをプレゼントする
- お客様の声を挙げる
- 個別で話せる機会を作る

士業

固定客へのきめ細かいサービス、口コミの依頼、迅速な対応、サービスの提供。
ホームページの定期的な更新、無料相談。

大学講師

良いものを良い環境で、提供し続ける事が大切だと思う。
それを継続させる事、納得する価格、だと思う。

卸売業

この業界の知識、経験を身につけることを前提に、営業能力とあとは運が必要だと思う。
相性が悪いときもある。

営業代理

わからないが、依頼されたことに対しての正確さ、対応の早さは、
何に対しても重要になってくると考えられる。

情報処理産業

人とのコミュニケーション能力。分かりやすい設計書の作成&プログラミングでバグをださないこと。
不具合時のスムーズな対応など。

保険業

契約を頂いて終わるのではなく始まりなので、アフターフォローは大事であり、
そこからまた次に繋がってお客様の信頼が得られる

ハウスクリーニング

リピーターというよりは、口コミなどで、利用してくれる人を増やせるように
アンケートなどで満足してもらえる部屋作りを心がける

不動産賃貸業

特にはない。一括借上でおまかせなのため、ある程度業者がしてくれるので、安心している

不動産賃貸業

アパート賃貸の場合、一度退部屋した借り主がまた借りるのは無いと思うが、
2年に一度の契約更新が、ある意味でリピートと言えるかもしれない。
その意味で、設備の修理、建物の修繕を素早く対処する事は重要だと、思う。

遺品整理業

自社のブランディング。広告の打ち出し。
セールスフローの確立。人脈作り。紹介営業の見直し。交流会参加。

鉄工業

仕事として求められていることを理解して最大限努力して誠心誠意製品に向き合う。
常に明るい気持ちで取り組む。

【業界別】リピーターづくりに関する課題・問題点

美容業

クーポン・サイトからの来店

- ・ホットペッパーの安いクーポンでの来店が多いため、リピートが難しいのが課題
- ・クーポン目当てのお客さんを、どのように次に繋げていけるか
- ・新規のクーポンをつかっていろんなお店に行くことで、リピーターになりにくい現状
- ・ホットペッパーのクーポンジプシーの方が多いため、そのお客様をどうリピーターに繋げるかが課題
- ・クーポンが多すぎる
- ・ホットペッパービューティー等は新規来店率が高いがリピートに繋がりにくい
- ・集客サイトに頼りがちなところ

競合・他店

- ・店舗の多さ
- ・美容室の数が多いので競合が多い、その中でどうやって勝つかが大切
- ・差別化

価格

- ・もっと人と腕で勝負する雰囲気のお店が増えたらいいと思う、割引しすぎで業界が豊かにならない
- ・リピートされるようにと単価を下げ、コストとのバランスがとれなくなってしまうサロンが多いように思う
- ・技術に対して安さをアピールして、技術の値打ちを下げていること

サービス（技術・接客）

- ・マニュアル通りのお仕着せなカウンセリングトークが問題
- ・強引に聞こえる接客にならないようにする
- ・技術力、接客力、サービス面
- ・スタッフ1人1人の、接客法のムラ
- ・もっと人と腕で勝負する雰囲気のお店が増えたらいいと思う
- ・割引しすぎで業界が豊かになれない
- ・接客中での個々のお客様に対しての対応力がスタッフによって差があること
- ・自分にとっては日常の営業でも、お客さんにとっては非日常であることを忘れない
- ・その人の悩みを明確にしてあげて解決法を提示すること、その先にあるその人の本当の悩みや求めているものは何かということを教えてあげること

その他

- ・マーケティングの勉強が必要
- ・リピーターになっても、ある一定数の失客があること
- ・ターゲットを絞ること
- ・重要度が低い。美に興味強い人はごく少数。自分の用事の方が重要
- ・目先よりも長期的に考えること、信頼関係
- ・自店にとってどういう顧客がリピートしてくれるか、そこを間違わなければ問題ない
- ・引越しなど来られなくなる方もいるので新規客に対するリピートのマニュアルは必要
- ・周期の短縮化
- ・明確な得意分野のない曖昧な美容室はもう流行らない。練習や講習などの学ぶ場や学ぶ時間の低下と共に技術力、知識力が低下しているのも問題
- ・何がきっかけで来なくなるかわからないところが難しいので課題だと思う
- ・お客様との信頼関係を築くこと
- ・電話予約の断り方

飲食業

- ・御来店頂いたお客様に必ずお礼メールをし、又次に繋げる為の努力をしているが、問題点はメールなので気持ちは伝わりにくい。
- ・昔なら電話でお礼をしていたのですが、相手の仕事の事を考えると電話は控えてしまう
- ・飲食店はどこにでも多数あるため、いくらでも他店へ浮気されてしまう



小売業

- ・ライバルが多い業界のため、他の流れてしまわないよう、囲い込みをする必要がある。プラットフォームを使用した販売だとどうしても価格競争になってしまうため、ファンになってもらいリピートしてもらう必要がある。
- ・本部からの規定でSNSという貴重な情報作り媒体を利用できないこと利用はできても、規定が厳しく出来ることが限られてしまう
- ・波が激しく、来ない時はお客さんが来ない
- ・季節で客足が変わりすぎる
- ・忙しいのでお客さまに対応できる時間が限られる



建設業

- ・アフターサービスの充実
- ・SNSなどの活用法
- ・ナワバリがあること
- ・ライバル会社が多い
- ・営業努力
- ・仕事が減る中で、仕事をキッチリする事、信頼関係
- ・なかには、ごまかしてその場だけの仕事をして塗装業界の信用を失くす業者が未だにいること
- ・内装業をしている業者はたくさんあるので、単価の調整やお客様の要望に応えたいけど、材料の値上げがあるため、今後どうすれば良いか悩む
- ・人手不足なので、アルバイト1人呼ぶのもなかなかの金額がすること
- ・ずさんな工事が無ければ、リピートしてくれる



運送業

- ・お客様への対応
- ・フィードバックを必ず行うことが重要



WEBサービス業

- ・業界の流行や新サービスに合わせた戦略を比較的短いスパンで練らなければならない
- ・変化が激しいので、常に変化に対応しなければいけない



医療・福祉業

- ・利益至上主義
- ・同業者が多いこと
- ・他業種の方々ともしっかり連携して、信頼してもらえるよう、横のつながりを大切にする
- ・治すことよりも、いかにファンにし、リピートさせ、売り上げを安定させるかに重きを置きすぎる治療家が増えた為に、治療のレベルが低く、鑑別診断能力が欠如した方が多いように思う



個人投資家

- ・日本人の金融リテラシーの低さが課題
- ・税制の改正
- ・税金が高い問題とウォレットを自分で管理しないとイケないのでセキュリティに気を遣う問題
- ・自分が投資関係の取引業者のリピーターになるかどうかという見方しかできないが、手数料の安さとサイトの使いやすさが一番の判断材料



そのほか

【アニメ監督・演出】
作品の数の増加による一作品ごとの割ける人員よってのクオリティーの低下。人員が辞めないで続けることのできる環境作りによるクオリティーの安定化

【ファイナンシャルプランナー】
ライバルとの違いがわかりにくい

【土業】
競合者が多いので、ダンピングを求められることが多々あり。ニッチサービスで差別化を図る必要がある

【不動産賃貸業】
建物、部屋の賃貸契約において更新(リピートの場合)、家賃の値上は、借り主の同意が無いとできない。インフレ時でも家賃を、値上げできないまま、同じ人に貸し続けなければならない、という問題点

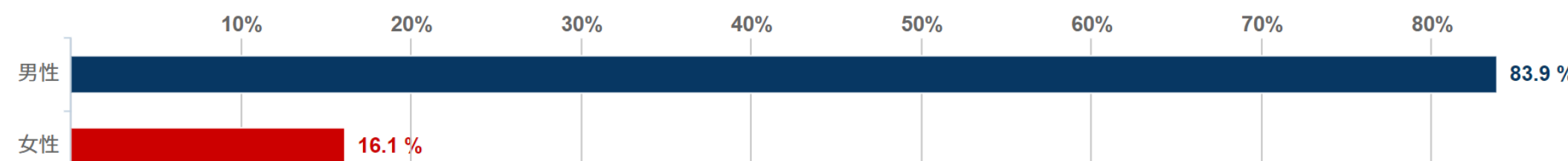
【遺品整理業】
他業種との連携

【鉄工業】
他社ではできないことをする

【保険業】
お客様の担当として
どれだけ長く続けていけるか

本調査の回答者属性

▼ 性別



▼ 年齢

