

売上を上げる8つの要因

<商品価値の向上>

商品価値とは？

基本性能/性能/品質/操作性/環境
接続性/ソフト/ハード仕様/電波
商品構成/付属品/消耗品/取説
ランニングコスト/安全企画

<見込客を増やす>

どこの誰にどのように？

ターゲット/チャネル分析/口コミ
広告宣伝/セミナー/教育
無料体験/試供品など/情報提供
DM/FAX/WEBサイトの充実

<サービスの向上>

あなたが提供する価値は？

適正価格/商品知識/情報提供
安心/安全/接客態度/笑顔/資質
あなただけのサービス/特典
信頼性/手間の軽減/フォロー体制

<顧客流出の防止>

競合他社流出をいかに防ぐか？

人間関係の強化/定期訪問
タイムリーな情報提供
あなただけのサービス/特典
サービス向上策

あなた

<購買頻度の向上>

どうすれば既存顧客があなたから買い続けてくれるか？

サービス向上策/商品への愛着心
タイムリーな情報提供/感動体験
あなただけのサービス/特典

<次回購入乗換えコスト改善>

スイッチングコストを下げ、いかに継続取引を選択させるか

他社に乗り換えるとこれだけの手間や修正変更、時間がかかることを訴える

<客単価の向上>

1度の購入量が増える仕掛け
原価を下げる/デザインを変える
1回の使用量を増やす/小さくする/他の物とセットにしてみる/
単純機能にして商品群を増やす

<顧客の手間を減らす>

顧客の手間をいかに減らすか？

費用(金)/人/手順/場所/時間
教育/覚える/教える
紙/データ/情報/無理/無駄/ムラ
インストール/チェック等