

「集客」につながるファンづくり実践シリーズでファン化を加速

【販売力UP】

集客につながるファンづくり実践シリーズ
＜ファンづくりの考え方編＞

市場は今後ますます人口減少していく中でリアル店はどのように売上に必要な「客数」を確保していくのがテーマになります。市場の背景を理解した上で「ファンづくり」の必要性、メリット、考え方、異業種の事例などを学びます。ファンづくりは顧客だけでなく、まずは**インナーブランディング（自店、身内をファンにする）**ことからスタートです。

【販売力UP】

集客につながるファンづくり実践シリーズ
＜コミュニケーション編＞

ファッションや食品にもトレンドがあるように、接客販売の方法にもトレンドがあります。ネットで何でも購入できる時代ですがその傾向は「自分のタイミング」で購入したい、売り込まれたくないなど顧客の買い方も変化しています。ファンづくりの専門家がこれまでの「提案型」から**新時代の「感情理解型®」のコミュニケーション術**を伝授します。

【販売力UP】

集客につながるファンづくり実践シリーズ
＜ファンづくり準備編＞

自店でできるファンづくりをグループで付箋、模造紙、サインペンを用いてアウトプットの**“見える化”**をします。進め方は、「接客」「売場」「販促」などあらゆる視点でファンづくりについて考えてもらいます。最後に行動へつなげるために**「目標設定シート」**を作成し、グループに宣言してもらい**年度末に成果発表**をしてもらいます。

【販売力UP】

集客につながるファンづくり実践シリーズ
＜相互送客の考え方編＞

来店された顧客はもちろん、働くスタッフもこの思考を持つことで本来の商売をする楽しさを実感することができます。豊富な異業種異業態の実践事例を基に自分たちでも実践できるイメージが湧くように導きます。また実施することで**新たな「売上施策」**として役に立つこと間違い無しです。

【販売力UP】

集客につながるファンづくり実践シリーズ
＜相互送客実践準備編＞

考え方編の続編です。まずは現実的にできるか、否かではなく、何をしたら顧客も働くスタッフも楽しくなる施策になるのかアイデアをアウトプットすることからスタート。その後、自店すぐにできること、本部や施設に相談の上でできること、将来的にできることなどに分類して**実現に向けてレクチャー**します。特に一年でいちばんの**“閑散期”**に**実施することで売上対策になる一石二鳥のコンテンツ**です。