

客数減少時代の営業戦略とは？

プラスアルファ代表 藤田雄志

遊

技客数が減少している時代なのに営業戦略が変化していない店舗を多々見かけます。現場責任者(店長)の考えが10年前から変化していないためでしょう。

一例ですが、多くの店舗は設置台数全体で集客する手法から脱却できていません。つまり、設置台数が500台の店は500台をフル活用して集客をしようとする。しかし、これでは絶対によくありません。理由は簡単で、多くの競合店も同じことを考えているし、この手法は地域一番店のみが使用できる戦略だからです。いま大事なことは、500台の中の、「どのタイプの」「どの機種を」「いつまでに」「どのようにして」「何人増やしていくのか」という戦略です。つまり全体ではなく、自店の強みの部分を徹底的に強化し、その部門で確実に客数シェアを増やす戦略を実行することです。

まずは対象のタイプや機種の客数シェアをある一定ラインまであげ、その部門で地域一番になる。設置シェアを増やして客数シェアを上げていく戦略や、台数を変えずに稼働率を上げながら客数シェアを増やす手法など、そのエリアごとの特性で戦略は変わります。



店舗力を見る化する

8

設置シェアを上げて客数シェアを取りにいけない、客数はいつかは頭打ちします。頭打ちしたら次にはその部門の設置台数を減らして稼働率(アウト)を高め、今度は群集心理を使って稼働率を維持しながら徐々に増台して、稼働率と客数シェアを取りにいけます。

しかし、昨今の営業現場のほとんどは、客数シェアを取る戦略を試みると、過去の良かった時代の営業を踏襲しようとしています。つまり増台をする際の台数が8台だったり10台

だったりするのです。客数が増えていた過去であれば通用した戦略ですが、

現在はこのようなイケイケ的な営業は通用するはずもなく、必ず失敗に終わります。今の時代に

は、2台ずつや1台ずつ増やして平均アウトを下げないようにするのが成功するポイントです。

この話をすると大多数の店長たちから「島図面がおかしくなる」「見栄えが悪い」という意見が出ます。このコメントこそが旧態依然なのです。

現在では低玉貸し、低メダル貸しの普及により、店内にはバラエティ化が進んでいます。4円パチンコや20円パチスロも、「島図面の美しさ」に合わせ入替台数を選定する必要はありません。

ん。実際に、適正の台数をアウトに合わせる増減台し、徐々に客数を増やす戦略を実行しているお店があるのです。

もう一つ大事なことは、戦略を実行する期間です。多くのお店は1カ月や1週間という短い期間で判断をしますが、そのような短い期間ではお客様に浸透する訳がありません。3カ月から6カ月、または1年間という期間で管理していくことが重要です。1カ月で客数が増え稼働が上がったと喜んでいるお店は、結局はその状態を維持できません。理由は簡単で、すぐに他の機種や部門に手を付けてしまい、先月稼働が伸びた部門がいつもの客数に減少していくからです。

現在取るべき営業戦略は、遊技客数の減少を踏まえた戦略です。客数が多かった時代の戦略は通用しないことを理解しておく必要があるのです。



ふじた・たけし 1972年千葉県生まれ。2008年、プラスアルファを設立。ホール企業と共に進める戦略実行型コンサルティングにより、北海道から九州まで全国各地でホールの業績改善を支援。信条は、売上・利益貢献はもちろん、ホール企業の組織力を飛躍的に高めること。www.hpa.co.jp