

お客様を決めて、 お客様のニーズを探るヒント

ターゲットとなるお客様を決める

考
え
方

ターゲットとなるお客様を決めるときは、お客様の年齢や顔がイメージできるくらい詳細な検討を行いましょう。ターゲットに対する綿密なイメージに基づいて商品や売り場を作ることで、具体的に何をしたらよいか明確になります。

ポイント1



商圏を定め、 お客様を決めよう

お客様がどこから 来てほしいのかを決める

にぎわっているお店では、お客様がどこからどのような手段で来店されているのかを把握することで、商品・サービスの開発や売り場づくりにつながっています。

ポイント2



お客様のニーズ を知ろう

お客様の困りごとや 悩みごとを探る

お客様の悩みごとが何なのかについて検討し、それに対応するために品揃えやサービスを変化させます。

ポイント3



ターゲットを 開拓しよう

客層を広げる可能性を 検討する

お客様は待っていても増えない時代です。お得意様になりうるお客様を開拓することが、お店のにぎわいにつながります。

ポイント4



お客様との結びつき方 を工夫しよう

SNSを活用する

管理が難しい顧客名簿の代わりに、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を活用しお客様と結びつくことができます。