



# 2016 エフネクスト ～ システム開発方針 ～



---

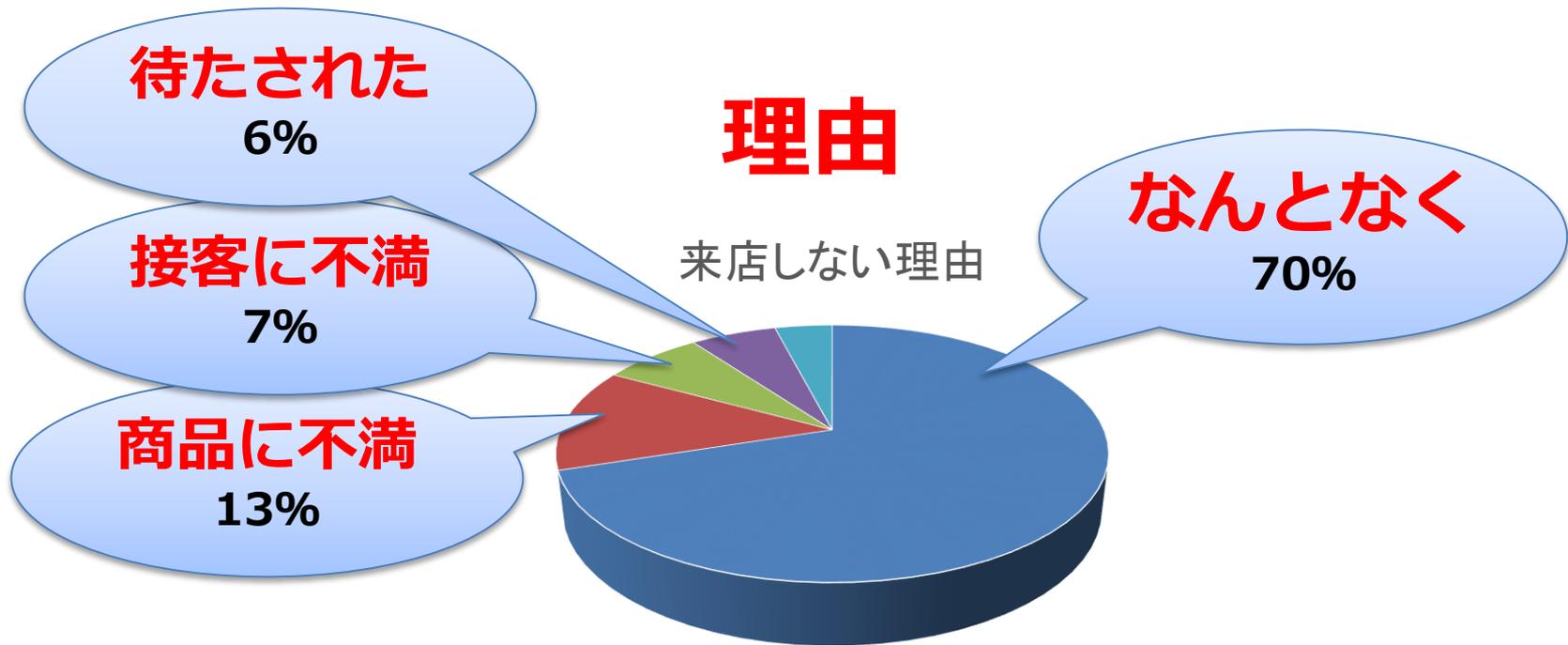
2016年  
システム開発コンセプト  
**「販売促進の強化」**



**なぜ、販売促進が重要なのか？**

# 理由

来店しない理由

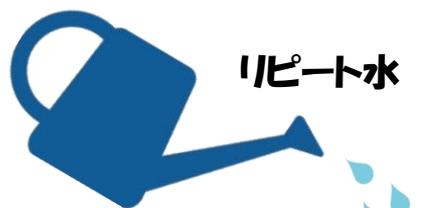


■ なんとなく ■ 商品に不満 ■ 接客に不満 ■ 待たされた ■ その他

どのくらいの人が「なんとなく」  
来ていないのか？

# 6つのリピート指標

貴店の街に  
笑顔の花を咲かせましょう



リピート水



満足肥

クチコミ蜂



めぶき  
1日目

わかば  
2日目

あおば  
3日目

つぼみ  
4日目以上

開花  
4~6日

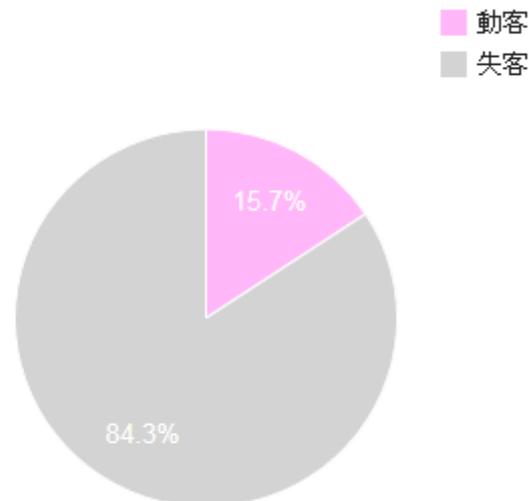
笑顔  
7日以上

開花ライン

# 動客/失客比率について

動客失客比率

区分	①動客		②失客	
	人数	率	人数	率
笑顔	14	5.4%	15	5.7%
開花	2	0.8%	10	3.8%
つぼみ	2	0.8%	4	1.5%
あおば	7	2.7%	9	3.4%
わかば	5	1.9%	35	13.4%
めぶき	11	4.2%	147	56.3%
小計	41	15.7%	220	84.3%



1総会員数とは 非会員チェックの付いていない、0円以上の注文登録のある会員数

2動客とは 396日(1年1ヶ月)以内にご利用が一度でもある会員様

3失客とは 396日(1年1ヶ月)以上ご利用の無い会員様

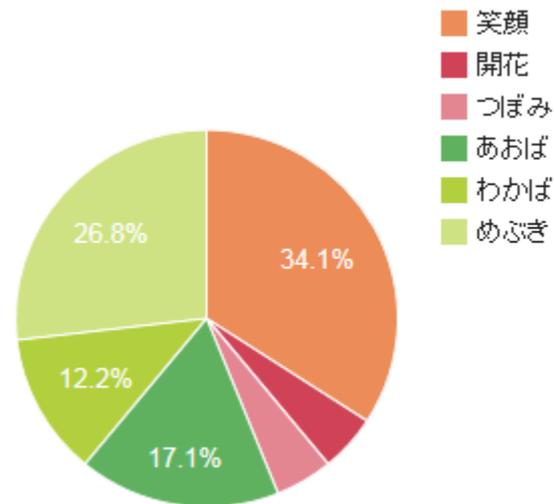
顧客管理年数に対しての動客失客率目安

	1年	2年	3年	4年	5年	6年以上
動客	100%	90%	80%	70%	60%	50%
失客	0%	10%	20%	30%	40%	50%

# 動客比率について

動客比率

動客		
累計購入日数	購入金額 低	購入金額 高
7日以上	つぼみ 2名	笑顔 14名
4-6日		開花 2名
3日	あおば7名	
2日	わかば5名	
1日	めぶき11名	



開花ライン設定の目安 → 年間の平均客単価 × 4

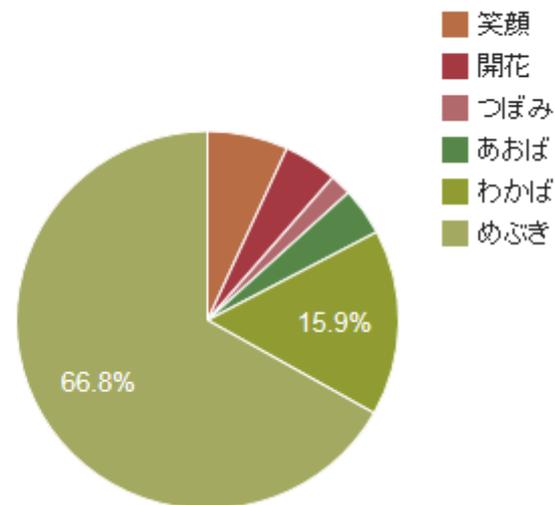
## 顧客管理年数による動客の成長分析目安

	1年	2年	3年	4年	5年	6年以上
つぼみ+開花+笑顔割合	20%	30%	40%	50%	50%	40%

# 失客比率について

失客比率

失客		
累計購入日数	購入金額 低	購入金額 高
7日以上	つぼみ 4名	笑顔 15名
4-6日		開花 10名
3日	あおば9名	
2日	わかば35名	
1日	めぶき147名	



## 顧客管理年数による失客の成長分析目安

	1年	2年	3年	4年	5年	6年以上
つぼみ+開花+笑顔割合	0%	7%	10%	13%	15%	15%



---

では「なんとなく」  
来ていない人にどんなアプローチがいるのか？



---

**販促の効果測定を中心に  
機能の追加していきます！**

- ① 要望をヒアリング
- ② 月次サポート及び要望 会議
- ③ 仕様と開発項目を決定
- ④ 開発／マニュアル作成
- ⑤ リリース（実装）
- ⑥ 動画マニュアルの公開



---

# システムに関する質疑応答