

# 宿泊施設 販売対策50の方法

リョケンは、9月下旬に新潟・瀬波温泉の夕映えの宿沙美荘で開いた旅館大学セミナーで、旅館・ホテルの売り上げアップにつながる「続まだあるぞ!販売対策50の方法」を示した。ここではそのチェックシートとテーマのいくつかを紹介する。なお、10月号からリョケンの協力を得て、方法を具体的に記したコラムの連載を開始する。

## リョケン作成のチェックシート

まだまだあるぞ!「販売対策50の方法」チェックシート

大項目	販売対策 取り組み方法	自社での取り組み					ヒントや具体的方法	
		既に実施	すぐ取り組み	後で取り組み	取り組みない	担当者		期限
1 経営環境	今、押さえるべき3つの着眼点	1 情報・販売チャネルのデジタル化						
		2 顧客の囲い込み、ネットワーク化						
		3 旅館の役割“心”“絆”“縁”の社交場						
2 コミュニケーション	マーケットへの伝え方5つの留意点	4 自館の特徴を明確に示そう!						
		5 お客様を宣伝媒体にしよう						
		6 お客様の口から語ってもらおう						
		7 新しい情報伝達ツールを活用しよう!!						
		8 販促活動を連携させよう						
3 ブランド構築	ブランド訴求の4つの基盤整備	9 アイキャッチ・幟を掲げよう!!						
		10 バンフレットの意味を見直そう						
		11 ゆとり・スケール感を活かそう!!						
		12 滞在中にブランドを浸透させよう!!						
4 企画の切り口	企画発想10の切り口	13 ターゲットを絞る、イメージする						
		14 ターゲットごとに訴求のポイントを変える						
		15 商品の組み合わせ、アレンジ						
		16 地域・観光資源を活かそう!!						
		17 料理の固定概念を破る						
		18 泊食分離で選択可能なバリエーション						
		19 新発想の「ディユース」プラン						
		20 記念日に掛けて動機付け促進をする						
		21 パッケージ化して売る						
		22 売り方の切り口を変える						
5 リピーター対策	囲い込み10のおススメ作戦	23 販促のための顧客リスト管理をしよう						
		24 次回利用を促進しよう						
		25 お客様の紹介を促進しよう						
		26 顧客を大切に作る会員組織をつくろう						
		27 お得意様をしっかりと抱え込もう!!						
		28 常連向け〇トク・デーを設定しよう						
		29 パーソナル記念日を設定しよう						
		30 宿を“絆”づくりのコミュニティの場へ						
		31 履歴を管理して、次回接客に活かそう						
		32 利用後のアフターフォローをしよう						
6 単価アップ	プラスアルファの客単価アップ作戦5	33 選べる楽しさを演出→ミドルグレード商品の選択へ						
		34 商品の特徴を明確にした告知展開						
		35 予約確認～当日まで、プラス提案販売						
		36 チェックイン時にグレードアップ販売						
		37 個性派・オリジナル商品を異色販売						
7 販売管理	強化すべき販売管理7つの方策	38 企画・販促のスケジュール化と実行						
		39 営業戦略のチャネル別対応の徹底						
		40 シーズン区分・価格設定の再検討						
		41 売れる日売り切ろう						
		42 売れない日、シーズンを売るには						
		43 思い切って対象者を絞る						
		44 もうひと押し頑張る						
8 新分野	新発想・新業態へのチャレンジ3	45 利用券・権の販売にチャレンジしよう!!						
		46 売り上げの限界のない商売へ!!						
		47 地域内多角化戦略						
9 まとめ	実行を確実にする3つの行動	48 取り組み項目に「スローガン」を掲げよう						
		49 目標達成を実感できる仕組みをつくろう						
		50 今回のテーマの内容をおさらいしよう						

販売対策50の方法 **№7**

### マーケットへの伝え方5つの留意点

4. 新しい情報伝達ツールを活用しよう!!

**まずは、インターネットのフル活用**

最強の営業ツール、広報媒体への進化  
個人客獲得窓口から、会社の顔へ

無限の可能性を秘めるインターネットの活用推進...デジタル化

- ① 旅行社営業、団体・グループ商品、カタログ
- ② 通信販売チャネル、食材・備品購入窓口
- ③ 社員募集、ヘッドハンティング
- ④ 会員組織(SNS)の基点としての情報サイト

販売対策50の方法 **№12**

### ブランド訴求の4つの基盤整備

4. 滞在中にブランドを浸透させよう!!

情報誌、商品紹介ツールなど館内告知  
「ブランドを意識させる情報告知」  
「次なる利用への期待感を醸成」

折込みみだけが使用方法ではない「情報誌館内配布」  
きめ細かな地域情報と旬の料理「定期情報誌の発行」  
旅館のコンセプト・考え方を伝える「しおり・情報ツール」

販売対策50の方法 **№15**

### 企画発想10の切り口

3. 商品の組み合わせ、アレンジ

...無数の商品化案の切り口  
例えば...外部の商品とのタイアップ  
同業者・観光系列業者とのコラボレーション

「2連泊プラン」「宿泊選択プラン」  
「宿泊+観光アトラクション」  
(パッケージ化商品...旅行社以外へも販売)

販売対策50の方法 **№35**

### プラスアルファの客単価アップ作戦5

3. 予約確認～当日までプラス提案販売  
お勧め商品を整理しよう!

クロージングまでの補助ツール

だれに、何を、どのようにお伝えするのか?

- ① 目的別商品一覧
- ② 季節別商品一覧
- ③ 新商品一覧

アピールできるポイントを整理して、顧客層別に商品説明・紹介

販売対策50の方法 **№47**

### 新発想・新業態へのチャレンジ3

3. 地域内、多角化戦略

同一地域内で競合しない  
業態開発・他業種参入による  
地域活性化への企業成長へ

空き旅館・空き店舗の再活性化  
「立ち寄り湯」「地場産ショップ」「飲食店」

旅館・宿泊業でも新業態・新客層への移行で  
地域活性化へ

販売対策50の方法 **№49**

### 実行をするための3つの行動

2. 目標達成を実感できる仕組みをつくろう

- ① 身近に感じる数値目標の設定をする(お客様1人当り飲物本数・1日当り売上など)
- ② 数値目標を確認し共有する場を持つ(朝礼やミーティング)
- ③ 目標に向けて、ねぎらう  
目標を達成したら、共に喜びを分かち合う