

宿泊施設の販売対策50の方法

リョケン作成のチェックシート

リョケンとは、4月に石川県の山代温泉で開いた旅館大学セミナーで、旅館・ホテルの売上アップにつながる「まだまだあるぞ！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。旅館経営のヒントにしてほしい。

まだまだあるぞ！「販売対策50の方法」チェックシート

「販売対策50の方法」を聞いただけで終わらないように、自館の状況に合わせて取組み課題を順位づけましょう。また、具体的な方法などを思いついたらメモを取って活用しましょう。担当者・期限についても記入しましょう。

テーマ	販売対策 取組み方法	自社での取組み				担当者	期限	ヒントや具体的方法
		既に実施	すぐ取組み	後で取組み	取組みない			
ニーズをつかむ7つの着眼点	1 立場によってニーズは違う							
	2 宴会だけが法人ニーズではない							
	3 おいしいものニーズはやっぱりある							
	4 お金はあまりかけられないが、何度も利用したい							
	5 ニーズのヒントは過去の実績にある							
	6 世の中の情報からニーズを探す							
	7 ニッチなニーズを日本中から集めよう							
マーケットへの伝え方5つの留意点	8 誰に、何を、誰が、どのように伝えるか							
	9 表現にこだわろう							
	10 お客様を宣伝媒体にしよう							
	11 旅行社へのPRの仕方を考え直そう							
	12 販促活動を連携させよう							
企画を発想する10の切り口	13 今ある商品をアレンジして売ろう…組み合わせ、切り離し							
	14 料理の固定観念を破る							
	15 観光資源を組み合わせる							
	16 地域資源を活かす							
	17 ターゲット毎に発想の視点を変える							
	18 大胆なタイアップ・提携							
	19 売り方の切り口を変える							
	20 パッケージ化して売る							
	21 直前予約より早割り重視							
	22 記念日にかけて動機付け促進をする							
お客様を囲い込む10の作戦	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 顧客として大切にしたい会員組織をつくらう							
	27 お得意様向けイベントを実施しよう							
	28 常連向けO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 再来館履歴情報を共有しよう							
	31 来館客の接遇でキーマンを探そう							
	32 利用後のアフターフォローをしよう							
客単価を高める5つの取組み	33 金額が決まっている物は定価販売、そして割引販売をする							
	34 利用目的に沿ったオプション販売							
	35 予約確認時に積極的な提案販売							
	36 チェックイン時にグレードアップ販売							
	37 今日だけ、数量限定の追加料理販売							
しぶとく売れる4つのこだわり	38 売れる日を売り切ろう…客室管理・キャンセル待ち							
	39 売れない日、シーズンを売るには…原価つけ、価格設定							
	40 思い切って対象者を絞る							
	41 もう一押し頑張る…フリー客対応体制づくり							
販売管理、やるべき6つの施策	42 企画販促スケジュールを組み、確実に実行する							
	43 積上げ型セールス							
	44 営業(セールスマン)管理							
	45 旅行社、案内所との関係見直し							
	46 ネット販売、もつとまくやろう							
	47 下見客へのきちんとした対応							
まぜー歩み出す3つの行動	48 取組項目の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らう							
	50 今日のセミナーの内容をおさらいしよう							

調査データ

販売対策50の方法 **ニーズをつかむ7つの着眼点** No.2

2. 宴会だけが法人ニーズではない

販売対策50の方法 **マーケットへの伝え方5つの留意点** No.9

2. 表現にこだわろう

お客様は、自分で宿を探す傾向がより強くなった

自館の良さを、お客様にしっかりと伝える必要があります

自館を表現する主な方法は二つ、
一つは言葉、一つは写真です

お客様側からの利点を考え、2つ以上の特徴を組合せる

表現するために商品を、お客様目線で再チェック

①自館の独自性は何か
②自館が支持される理由は何か

販売対策50の方法 **企画を発想する10の切り口** No.17

5. ターゲット毎に発想の視点を変える

同じ素材の組み合わせでも表現次第

「お客様をイメージする」商品づくり

「何が喜ばれるか」という顧客志向の発想

「特選〇〇牛の炭火焼きダイニングプラン」

あかちゃんも安心、お部屋でゆっくりみずいらす、

「特選〇〇牛ステーキ会席プラン」

この2つは料理も部屋も同じ条件で対応可能

販売対策50の方法 **お客様を囲い込む10の作戦** No.26

4. 顧客として大切にしたい会員組織をつくらう

会員組織 = 会員件数の拡大を優先

↓

会員を顧客として感謝している組織

(そして、会員組織がオフ日対策にもなる。)

販売対策50の方法 **客単価を高める5つの取組み** No.37

5. 今日だけ、数量限定の追加料理販売

「限定商品」で訴求しよう!

期間限定、数量限定、地域限定……

↓

・3日間限定の「獲れたて牡蠣」
・数量限定の「鯛の兜蒸し」
・値段が決まらない「地魚」
・期間が決まらない「朝掘りたけのこ」

販売対策50の方法 **販売管理、やるべき6つの施策** No.45

4. 旅行社、案内所との関係見直し

漫然とした付き合い方をしない!

データ検証

割当て想定

1. 送客実績(客数・売上)

2. 送客1人当り実質コスト

3. 提供客室消化率

4. 休前日/平日比率

伸びるか? 落ちるか?

計画数値に届くか?

不足分の対策は?

選択と集中

案内所との戦略的アライアンス(同盟関係)