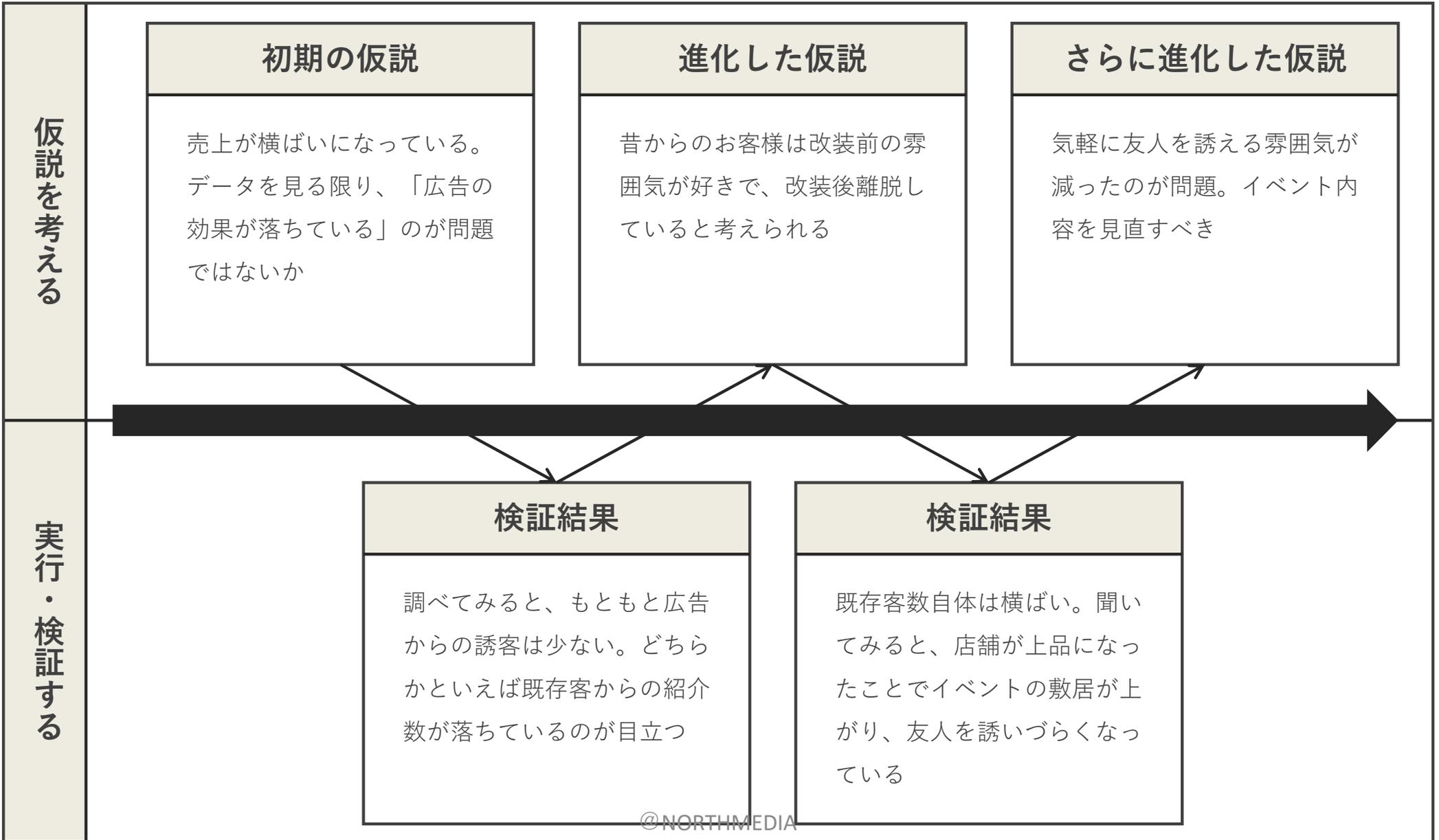


仮説 店舗改装後、売上が伸びていない。わが社が着目すべき重要な問題点は何だろうか？



<p>目的の設定</p>	<p>リニューアルをきっかけとしたプロモーションがうまく機能していない原因を見つけ、改善策を考えたい</p>	
<p>情報の整理</p>	<p>店舗を改装したのに売上が伸びず、横ばい状態。改装費を考慮すると赤字である</p>	
<p>観察／仮説形成</p>	<p>店舗の内装やWebサイトのテイストを一新したことで、思っていた以上に既存のコアファンが入りづらくなったのではないかと。その結果、ファンの客足が遠のき、売上が下がっていると考えられる</p>	
<p>仮説の具体化</p>	<p>上の仮説が正しいとすると、おそらく広告による新規客数は増えていて、既存客のリピート率が低下しているはず。また、具体的には常連の〇〇さんや△△さんあたりは不満を抱えていそうだ</p>	
<p>仮説の検証</p>	<p style="text-align: center;">↓ 仮説と一致する場合</p> <p>やはり新規客数は伸びているので、広告効果は下がっていると考えられる。一方、リピート率は下がっている。実際にヒアリングした結果、ただ雰囲気が変わっただけでなく、以前のような密な交流をしにくい雰囲気になっていることが原因で、コアなファンが他のスタジアムに流れていることがわかった。既存客へのフォローが必要</p>	<p style="text-align: center;">↓ 仮説と不一致の場合</p> <p>調査してみたが、既存客のリピート率はむしろ上がっていて、新規客の伸び率が下がっている。Webサイトを新しくしたことで、スタジアムに対するイメージが変わり、ハードルが高く感じられているのかもしれない。そうであれば、発信する情報のテイストを修正する必要がある</p>

<p>目的の設定</p>	<p>売上増のために、よりよいメニューを考えたい</p>	
<p>情報の整理</p>	<p>既存のメニューにあるプランAとプランBに加え、さらに高価格のプランCを用意したところ、内容を変えていないプランBの売上が伸びた。結果、全体の売上が伸びた</p>	
<p>観察／仮説形成</p>	<p>これまではプランBが最高価格だったが、それより高価格のプランCが登場したことにより、プランBが相対的に安く感じられ、購買しやすくなったのではないか</p>	
<p>仮説の具体化</p>	<p>その仮説が一般的に成り立つとすると、他のサービスXやYについても、同じように高いプランを用意することで、真ん中のプランの販売数や購買率が上昇するはずだ</p>	
<p>仮説の検証</p>	<p style="text-align: center;">↓ 仮説と一致する場合</p> <p>XやYでも高価格のプランを用意してみると、既存のプランの売上が増加した。よって、仮説は正しいと考えられる。今後展開するサービスでも、売りたいプランよりもう一段階高価格のプランを用意すべきである</p>	<p style="text-align: center;">↓ 仮説と不一致の場合</p> <p>XやYでも高価格のプランを用意してみたが、違いは見られなかった。メニュー構成の違いによって販売数が伸びたのではなく、メニュー表の見せ方を刷新したことにより、魅力が伝わりやすくなったのかもしれない。新旧の見せ方を比較してみる必要がある</p>

<p>目的の設定</p>	<p>マーケティング施策の課題をあぶり出したい</p>	
<p>情報の整理</p>	<p>価格が高いという声を耳にした。実際、自社の商品はおそらく相場より高い</p>	
<p>観察／仮説形成</p>	<p>自社が商品をリリースした当初と比べれば競合も増えており、低価格でサービスを提供する競合も出てきている。そうした競合他社の情報と比較され、自社商品に対して高いと感じる人が増加していると考えられる</p>	
<p>仮説の具体化</p>	<p>競合他社の価格戦略を調査する。また、顧客への満足度調査の中で価格についてアンケートを取る。低価格戦略をとっている競合が人気があるはず。また、顧客へのアンケートでは、自社の価格面に対する満足度が低いだらう</p>	
<p>仮説の検証</p>	<p style="text-align: center;">↓ 仮説と一致する場合</p> <p>調査してみた結果、相場はかなり下がっている。実際、自社のサービスを利用し続けている顧客でも、価格の満足度が低いことがわかった。また、サブスクリプション型（定額サービス）のメニューを展開している競合が増えており、自社も料金プランを見直す必要がある</p>	<p style="text-align: center;">↓ 仮説と不一致の場合</p> <p>競合の価格戦略はバラバラで、自社は平均より少し高い程度である。アナログでのイベント開催や、メディア運営を展開する競合が増えており、広告単体で集客しようとしている点に問題がありそうだ。価格よりも、リード育成の方が優先的な課題であると想定される</p>

