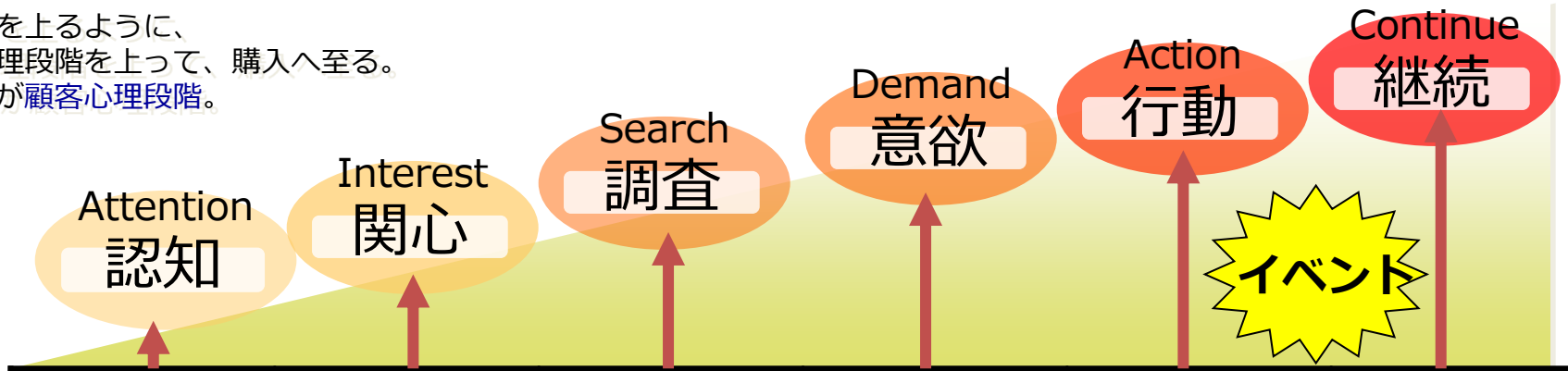
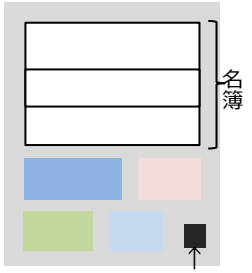
顧客心理段階を考え、キャンペーン開催する(事例)

Samantha Heart

階段を上るように、
各心理段階を上って、購入へ至る。
それが顧客心理段階。



Point まずはキャンペーンの存在を知ってもらう	Point イベントに関心を持ってもらう	Point 店頭で認知数を上げる	Point 具体的に必要性をイメージさせる	Point コミュニケーションカアップ	Point 次回来店へつなげる
□チラシ配布 チラシ置いてもらう <配布先> ・美容室、エステサロン ・歯医者、教室 ・ガソリンスタンド ・飲食店、カフェ □メーカーパンフレットをもらう □タウン誌 ↑今回は広告を出す □来店者名簿一覧表を作成する	□イベントの案内を店内に掲示 □イベントのことについてコメント □ＰＯＰを窓に貼って告知 □ＰＯＰは写真に撮ってＳＮＳに載せる □お客様に写真を撮ってもらう □メーカーパンフレットを配る	□会話をすることで予約数を上げる □店内での告知 ⇒ＳＮＳ告知 ・店頭ディスプレイ ・店内ディスプレイの変更 ・見せることができる ・サンプルとか店頭に置く □Ｑ＆Ａなどコメントを入れる⇒ＳＮＳ告知 ↓ インスタを活用する □パンフレットを知り合いに送る、渡す	□お礼ＤＭ作成 □モデルをつくる □店内のディスプレイを写真に撮る □店内使用品について「チェックシート」を作る □「チェックシート」ははがきサイズで渡せるようする □メーカーパンフレット（無くなったら）追加注文 ※交渉できるようにする □名刺をキャンペーン仕様にする	□名簿用紙 □メーカーパンフレット □注文書コピー ＋ バインダー３枚  □お礼ＤＭ	□次回のキャンペーン案内はイベント当日に配布 ↑ 次回のキャンペーンは認知活動に戻り、集客をスタートする

□ＳＮＳに「いいね」を押してくれたお客様リストをつくる
⇒メッセージを送る（ひとことメッセージでOK！）

<チェック>
□来店する人に「友達と来るか？」訊いて誘う
（友達と来たらプレゼントあげる、とかＯＫ）

©2008. Samanthaheart . Co.,Ltd.