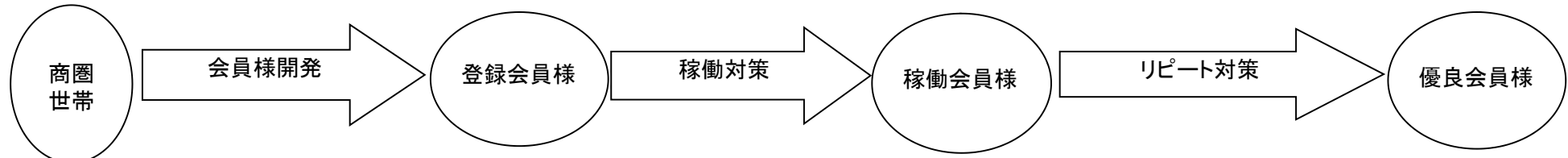


ネットスーパー段階的各種施策



シェア目標: 3%以上
(5%超)

稼働率目標: 70%
※新規登録会員様のうち実際にご利用頂ける比率

定着率目標: 50%以上
※稼働会員様のうち、1万円/月以上ご利用会員様比率

登録会員様開発施策	稼働対策	リピート対策
1.開業キャンペーンセール □事前通告販促セール ※会員開発と稼働対策のダブル効果	1.新規登録会員様御礼初回訪問	1.お客様満足宅配の実現
2.募集チラシ配布 ①新聞折込 ②リビング誌他折込 ③店頭配布(買物カゴ事前投入他) ④街頭配布(駅前、バス亭、公園他) ⑤職域配布 ⑥ポスティングローラー ⑦チャイムローラー ⑧タウンメール	2.各種セール販促 ①開業キャンペーンセール ②お客様感謝日設定セール ③年中行事企画セール	①欠品「0」 ②物流ミス「0」 ③品質クレーム「0」 ④遅配「0」
2.従業員紹介運動 ※従業員様全員への理解の浸透	3.店舗の折込チラシ商品の購入可能化 ※チラシの画像クリック購入	2.お客様との親密度アップ ①クレーム対応が最大のチャンス ②アンケート聴取と真摯な対応とフィードバック
3.カウンター受付 ※クロージング・パスの整備	4.各種販促商品の提案 ①本日の1品、明日の1品 ②週前半・後半お買い得品 ③今週のお買い得品	3.マイ・ネットスーパー作戦(例) ①月間会費制の導入 ②生鮮構成比アップ作戦 ③リサイクル品回収(お客様と協同のエコ推進) ④個別対応・・・個々のお客様ニーズ対応
4.ホームページ会員募集	5.初回配達御礼品	⑤オンラインカード・銀行引落推進 ⑥PC&携帯併用の上手な使い方レッスン
6.ネットで各種リンク受付	6.お客様と親しくなる ①お客様と面談できる機会を増やす ②アンケート聴取	4.お客様感動宅配の実現 ※「えっ、そこまでしてくれるの！」
7.お客様紹介運動		
8.電話ローラー開発		