



全国機材商経営同友会

〒101-0043 東京都千代田区神田富山町8番地アツミビル6階 電話03(5295)0135 FAX03(5295)0130 http://www.kaname-g.jp/ 発行人 上田良堂 編集人 真霜守雄

### かなめ会員 機材商の 展示会・研修会

## クリーニング展示会

■7月2～3日/群馬・三洋商事(株)

群馬県の三洋商事(株)は7月2日(土)～3日(日)、前橋市鳥羽町の同本社で「クリーニング展示会～頑張ろう東日本!! 2011」を開催する。時間は2日が10時～17時、3日が9時～16時。

今回の目玉企画は、三幸社スタッフがマンツーマンで約10分間、ワイシャツ仕上げを指導する『早くて上手に仕上げるコツ』(要予約)。「他の人の仕上げを見て、新たな発見があるかも。経営者、店長、工場スタッフの方など皆様でご来場ください」と同社。この他、▽レッツリフォームによる衣類の修理・リペア実演、▽業界で人気の店舗デザイナーによる相談ブース、▽サン京都&PSPによるシミ抜き最新技術公開、▽試し洗もOK! いま注目の東洗ソルカン(12kg機)を実演、▽東静電気による石油系溶剤の安全管理対策解説および高回収静型立体乾燥仕上げ機の提案—などに加え、テント村ではハンガーやガーメントにのぼり、フィルター、エコバッグ等を始めとする各種資材の即売会も実施。詳しくは、同社(TEL027・253・2215)まで。

## クリーニング実演会

■7月9～10日/長野・三共工業(株)

長野県の三共工業(株)は7月9日(土)～10日(日)、松本市城西の同本社で「2011クリーニング実演会」を開催する。時間は9時～17時(10日は16時30分)まで。

「クリーニング業界も初心に帰り、基本から見直そう!」と水洗い、ドライ洗いに各種仕上げと包装、受付レジまで実演にこだわるイベントで、「ご来場の際は、ぜひ品物を数点お持ちください」と同社。また、経営セミナー実演会も同時開催。両日(10時～16時30分)同じ内容で、▽第一部:不入流匠聖・井内雅一氏=写真=によるシミ抜き、洗濯技術の実演・講演、▽第二部:ワンソート・福田秀男氏による売上利益ノウハウの講演。セミナー参加費は1人2000円(昼食付き)。申込みは定員になり次第締め切りとなるので、参加希望者は早めに同社(TEL0263・32・2876)まで。



寺岡グループの(株)デジジャパン(東京都港区台場、TEL03・5579・0381)では、クリーニングPOS『DUKE』とクラウド本部システム『ASTEMPO』の機能を駆使した店舗戦略を提案、「これからの時代は、一人ひとりの顧客を『見える化』し、お客様の顔が見える店舗運営が必要」と主張する。その同社では現在、『クラウド本部システム3か月体感キャンペーン』を



実施中。DUKEユーザー20社限定で顧客データをクラウド本部システムで分析し、データに基づいたポイントの販促を提案する。

効果的な販促事例 全国約150か所の寺岡グループ営業・サポートの事例を紹介する。 ■チェーンA ▲高い操作性で繁忙期の受渡しもスムーズに行えるDUKE210

の呼び戻しに上々の成果を上げた。 ■大手C社の場合 C社では入会したものの、一回こっきりしか利用していない顧客へ再利用を促すDMを送付。さらにその中から客単価1000円以上の80人に絞った。80枚中16枚を回収しハガキ代4000円で5万5000円の売上げを記録。

紹介した成功事例から見えるのは、ただやみくもに販促を打っても効果を上げるのが難しくなっている今、「何時」「どんな人」「どんな内容」を明確にしたポイントの販促が成功の秘訣といふこと。それには顧客・売上など情報の

「見える化」が不可欠。変化の激しい時代だから申し込み、製品への問い合わせは、同社または全国の「DUKE・ASTEMPO」取扱販売店まで。

ト拠点によるアフターフォロー体制も大きなメリットで、さらには寺岡営業マンによる販促アドバイスも評価が高く、成功事例も数多く生まれている。以下では営業マンとユーザーが共同で実践した情報分析によるDM販促の事例を紹介する。

■ユニットB店の場合 B店はまだ販促に力を入れてこなかったが、3か月来店のないお客様にDMを送付した。結果は100枚のうち、18枚を回収。6000円の費用で5万円の売上げを作ることになった。目標だった「足が遠のいたお客様

店の場合 A店では半年間来店のないお客様、上位300名にDM販促を行った。セール期間は約1か月で、内容はドライ品20%OFF。費用1万8000円(DM60円×3000枚)で回収48枚、売上げは約15万円だった。当初の狙い通りに売上げの確保と競合店への顧客流出の防止に成功。

紹介した成功事例から見えるのは、ただやみくもに販促を打っても効果を上げるのが難しくなっている今、「何時」「どんな人」「どんな内容」を明確にしたポイントの販促が成功の秘訣といふこと。それには顧客・売上など情報の

「見える化」が不可欠。変化の激しい時代だから申し込み、製品への問い合わせは、同社または全国の「DUKE・ASTEMPO」取扱販売店まで。

# クラウド本部システム体感キャンペーン

## DUKEユーザー20社限定

### 様々な情報を『見える化』

寺岡グループの(株)デジジャパン(東京都港区台場、TEL03・5579・0381)では、クリーニングPOS『DUKE』とクラウド本部システム『ASTEMPO』の機能を駆使した店舗戦略を提案、「これからの時代は、一人ひとりの顧客を『見える化』し、お客様の顔が見える店舗運営が必要」と主張する。その同社では現在、『クラウド本部システム3か月体感キャンペーン』を実施中。DUKEユーザー20社限定で顧客データをクラウド本部システムで分析し、データに基づいたポイントの販促を提案する。効果的な販促事例 全国約150か所の寺岡グループ営業・サポートの事例を紹介する。チェーンA ▲高い操作性で繁忙期の受渡しもスムーズに行えるDUKE210



寺岡グループ 東日本大震災により被災されました皆様に、心よりお見舞い申し上げます。 株式会社 デジジャパン

# クラウド本部システム(ASTEMPO)体感3ヶ月お試し受付中! 限定20社 (DUKEレジ御利用ユーザー様限定) 申込は担当営業へ!

御社DUKEの繁忙期のお客様データを基に、ASTEMPOを使って様々な販促をご提案 (繁忙期のデータは宝の山! データをどのように利用するかまでをご提案します)

## ご安心ください。クラウド本部システム(ASTEMPO)は万全の体制を整えています

- 停電中でも稼働**  
電力不足等の予せぬ停電に際しても、無停電装置と自家発電装置を完備しています。
- 耐震対策など**  
(旧)日商岩井本社ビル内の情報システムとしていたサーバールームを使用し、ラックはアンカーボルトで固定、サーバーに水がかからぬように窒素ガス消火設備を設けています。
- 2重・3重のバックアップ体制**  
皆様の大切なデータはサーバーセンターでのバックアップだけでなく他地域の場所にもバックアップを行っており、万が一の場合も復旧が可能です。
- セキュリティ**  
昨年、プライバシーマークを取得、入館カード・静紋認証での2重のセキュリティを実施しています。