

# STEP 3 売上の改善のポイント

## ■ 販売手法の分析

- ・ エージェント別契約内容の把握
- ・ 自社ホームページの検証
- ・ ネットエージェントの送客実態把握
- ・ 広告宣伝の見直し
- ・ エージェントへの卸値の改善策検討
- ・ 地元顧客組織との提携見直し
- ・ クレジットカード会社との提携充実
- ・ 自社の営業体制の構築
- ・ 販売のためのツールの整備

## ■ 顧客組織 (会員制度) の見直し

- ・ 顧客組織の実態把握
- ・ 顧客の利用実績分析
- ・ 顧客へのサービス内容の見直し
- ・ 顧客へのアンケートの実施
- ・ 新規顧客の開拓
- ・ 地元顧客組織との提携見直し
- ・ 他社優良顧客組織との提携

## ■ 商品の見直し

- ・ 通年商品の見直し
- ・ 季節商品の見直し
- ・ 歳時期商品の見直し
- ・ 商品ができるまでの過程の見直し
- ・ ターゲットマーケットの見直し
- ・ 商品造成担当者

## ■ 販売手法の導入

- ・ イールドマネジメントの手法を導入
- ・ インターネットマーケティングの手法を導入
- ・ ロイヤリティマーケティングの手法の導入

## ■ 具体的販売手法の導入

- ・ 営業体制と販促ツールの見直し
- ・ エージェントセールスの重要性とスタンスの取り方
- ・ インターネットエージェントへの対応
- ・ 自社ホームページの充実とオンラインリザーベーションの導入
- ・ ネットやエージェントへ提供客室の残室管理の徹底
- ・ 地元の各種団体組合への営業実施
- ・ 近隣利用実績企業への営業実施