

単価UP!

1月号に引き続き単価アップを実行したクリーニング店様のレポートをします

事例1...(個人店、売上規模約1000万円)
コースを増やした。スタンダードとDXコース(オーダーコース)
防臭・消臭加工、撥水(防汚)加工、ウェット加工等、丁寧に説明
することにより単価アップ行えた。

事例2...(個人店、売上規模約700万)
溶剤管理を徹底して行い溶剤の臭い、色、酸価をまめに測定し安定させ
一定期間過ぎたところドライ品全品値上げした

事例3...(売上規模約1億円)
ヴィノの消臭でワイシャツを全品30円アップした。点数は下がったが
売り上げは上がった
※細かな数値は分かりませんが、30%値上げして点数が20%下がっても売り上げは上がります
30%値上げすると20%ぐらい点数が下がるという事になります

ではなぜ値上げが必要か？ またなぜ上記事例がうまく行ったのか？考えてみます

まずは外部、内部環境を考えてみます

外部 **消費税増税の消費について** ※調査会社(株)インテージ資料より

- 増税後、生活必需品の購買は前年比マイナスを推移
- 若年層ほど生活必需品の節約志向へ
- 支出が増えても収入が増えず、将来への不安から、購買心理は悪化
- 品目によって購入頻度減少やPBシフトの特性

内部 **エネルギーコスト、労務コスト上昇**

- 最低賃金の引き上げ
- 電気料金の引き上げ
- 燃料関係(現在は下がっていますが...)

なぜ値上げが必要か...自社のコスト高になりつつあります。利益確保が困難です。

なぜ値上げがうまく行ったのか...消費低迷という事は必要ではない物は利用しない、必要なものは利用する。単価を下げて必要でない物には1円も使わないという事で逆に単価が高いクリーニング店様のお客様はそもそも必要だから利用していることになります。高品質を何らかの形で伝え、お客様への理解と納得が単価アップの秘訣のようです

※高品質→クリーニング品質、接客品質、サービス品質、プロモーション品質

大好評につき延長致します

測定無料!

ドライ品質向上計画 作戦開始!

3つのお約束

- その1 その場で測定
- その2 その場で報告書作成、提出
- その3 その場で対処方のご提案

期間: 本日~3月18日(金)まで 測定項目 水分値・酸価値

※但し弊社より溶剤を購入してる先に限ります

ソープ濃度をご希望されるお客様は別途費用を申し受けいたします。またソープによって測定できない場合もございます
先着50社(50台)に限らせていただきます。日程につきましてはこちらで調整いたします

新商品ご案内

表示変更 ガーメント



7906円(税込)
600mm × 500mm × 0.17mm

取扱い表示柄 ガーメント



6,000円(税込)
600mm × 600mm × 0.15mm

品質保証柄 不織布ロール



クリーニング品質保証

この度は数あるクリーニング店の中から当店をお選び頂き心より感謝しております。
お預りいたしました衣類は誠心誠意、心を込めて仕上げております。お気付きの点などございましたら何なりとご用命ください。
今後共、よろしくお願い致します。

9,800円(税込)
600mm × 250m
不織布20g

溶剤測定申込書(電話かFAXのいずれかでお願ひします)

店名

住所

担当者

連絡先



☎029-822-2722 0120 0120-160-912 FAX029-822-1504