

ゆのこう美春閣

地域 中国 所在地 岡山県美作市中山 1144

客室数 84 室 URL <http://yunogo.bonvoyage.co.jp/>



改善の
テーマ

「三世代家族客を中心とした個人客」の開拓

改善の
背景

売上の柱であった団体客の減少を補完できる新たなターゲットを開拓する必要があった。

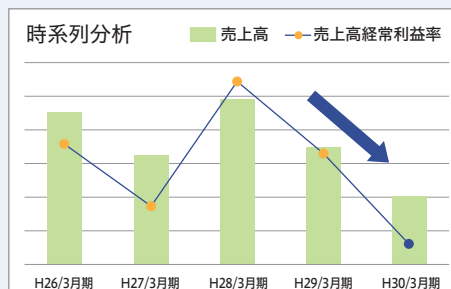
1 改善前

値下げによる集客、という短絡的な戦略に陥りかけていた。

2 改善後(取り組み内容)

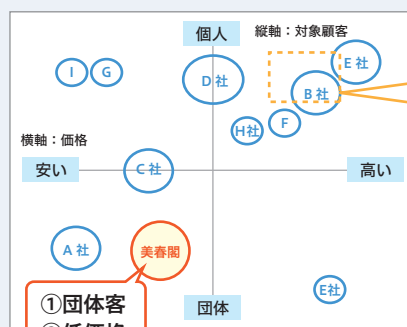
- ①自社の現状把握。
 - ・団体客の減少を補完できる新たなターゲットを探索(グラフ①、②参照)。
 - ・自社の「強み」を分析したところ、「家族客への対応」であるということが分かった。
- ②自社の「強み」にマッチしているターゲット顧客として、「三世代家族客を中心とした個人客」を設定(グラフ③参照)。
- ③顧客目線で宿泊体験のシナリオを書き出す。
- ④顧客目線で自社のサービスを組みなおし、「三世代家族客」にとって魅力的なプランを開発。
- ⑤自社のホームページの改善による訴求力の向上。

団体客が減ったことで売上高減少傾向(グラフ①)

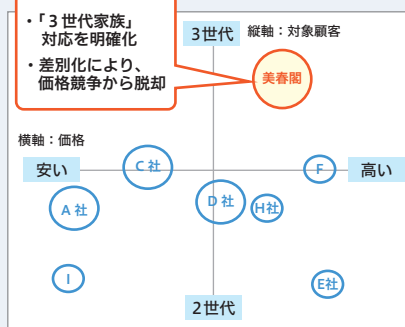


改善前は、減少する団体客相手に価格競争に陥っている状況だった。

減少する団体客に対し価格競争に陥っている現状のポジショニング(グラフ②)



新たに開拓するポジショニング(グラフ③)



新たに開拓するポジショニングとして、個人客の中でも三世代家族を新たなターゲットとして設定。

3 改善のPOINT

- ① 自社の既存サービスを整理・改善し、ターゲット顧客に最適化した新プランを開発。
- ② 検索サイトの表示、自社サイト、宿・ホテル予約サイトでのターゲット顧客に対する価値訴求を改善。メッセージ、イメージ、動画を活用し、顧客が宿泊するメリットを具体的にイメージできるように改善。

4 改善の効果

- 「三世代家族客」昨年対比 (8月1日～翌3月31日、12月16日時点の実績+予約を比較)
販売数量 80→186件 昨年比 約233% 販売金額 150→250万円 昨年比 約260%
- 個人客全体 昨年対比 (8月1日～翌3月31日、12月16日時点の実績+予約を比較)
販売数量 1,144→1,567件 昨年比 約137% 販売金額 1,000→1,600万円 昨年比 約160%
- 自社ホームページ経由の個人客の予約増加

顧客目線で宿泊体験を描き出し、顧客視点で発見した課題を元に、自社のホームページ、インターネット上での提供価値の訴求を一新。

トップ画面で
三世代家族客を前面に提示



プロモーションムービーへの誘導を強化、
訪問者に宿泊体験を具体的に提示



自社ホームページでの
訴求が明確ではなかった

改善前



「三世代家族客」と銘打ったプランを開発し、
写真などで訴求