

ご近所に愛されるお店をつくる！

ご近所マーケティング

お店が抱える現状

コロナ禍で売上（来店）が激減した

- **生活様式、お店の利用方法が変化**
- **広告宣伝の予算がない**
- **今までの集客方法では集客できない！**

お店が抱える現状

ご近所マーケティングで課題を解決！

- 「ご近所」の重要度が格段に高まった！
- 「近さ」が店舗選定の第一条件
- 「人数」ではなく「回数」でカウント

「ご近所マーケティング」のポイント！

- コンビニ4,000店舗の出店で培った、誰でもできるのに9割のお店が実施していない集客方法
- コンビニチェーン2万店中、単品商品販売数1位を獲得！
- 閉店寸前のお店を客数6倍に。6年たった今も売上を維持！
- 確実に売上に繋がる仕組みづくりをお店にあった形でご提供

ご近所マーケティングの3ステップ

Step1： お店のお客様を可視化する

「ご近所マーケティング」を実施することで、

あなたのお店のお客様が見える！

Step2： ご近所のお客様を把握する

ご近所に住んでいる人、働いている人を分析することで、

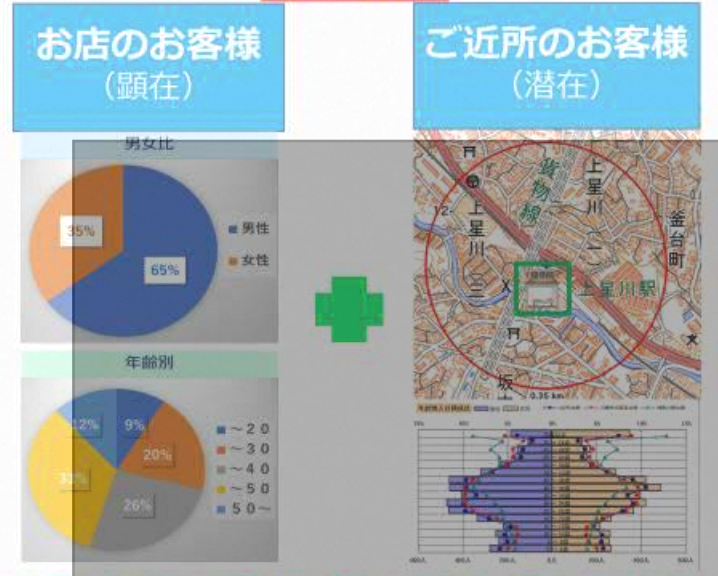
告知・アピールの方法が理解できる！

Step3： 集客が自動化ができる

お客様が気がつくことで、利用価値を発見し、

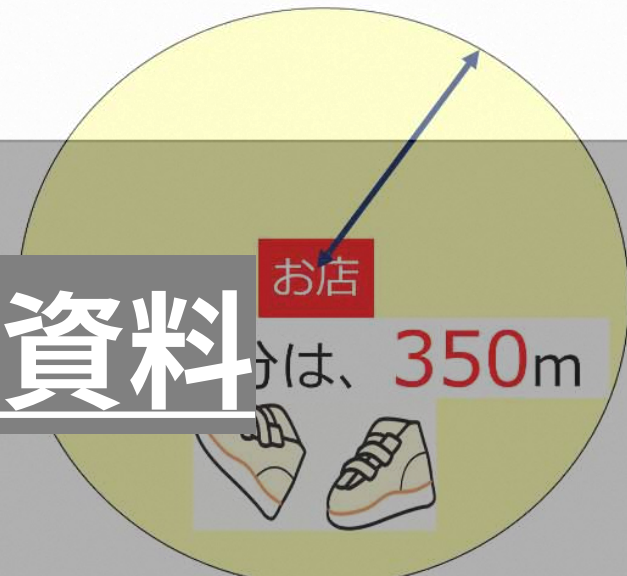
リピート（常連）客になってもらえる！

数値化



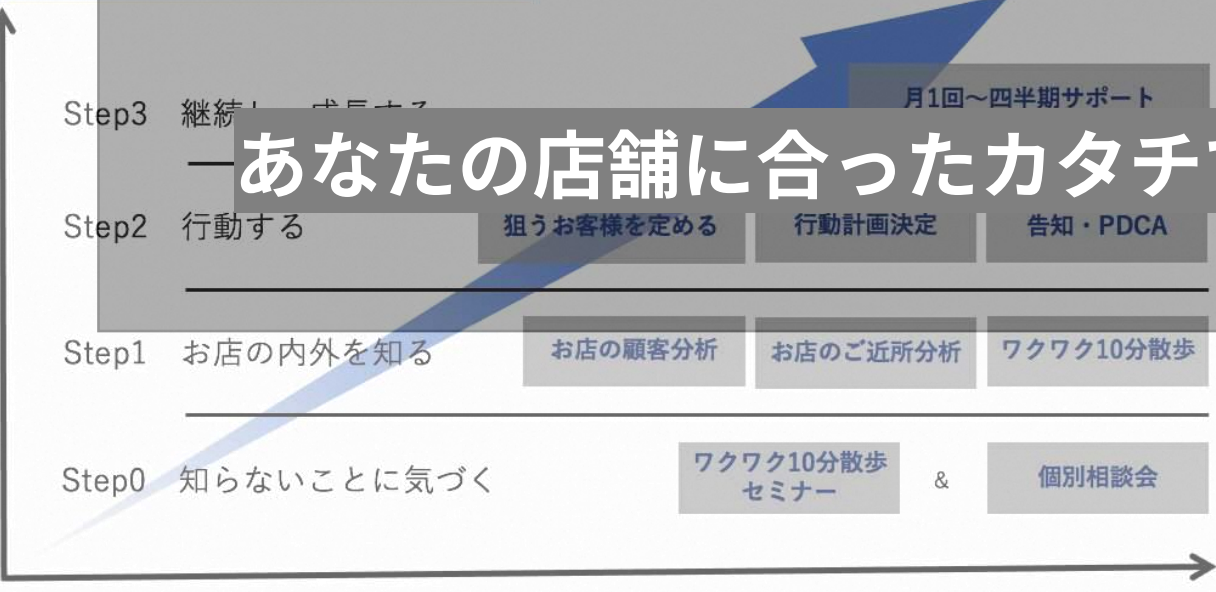
来店頂きたいお客様へ

二つの事実を把握し、ご近所を歩くと建物を見れば商品・サービスを決定、刺さる告知を**継続**実施。



来店手段	時速	5分
徒歩	4 km	350 m
自転車	15 km	1,250 m
車 (都市部)	20 km	1,750 m
車 (郊外)	40 km	3,500 m

ご近所マーケティング 1. ご近所商圈を調査し、様々な集客ツールやサービスを活用。



あなたの店舗に合ったカタチで、お店の常連客をつくります！



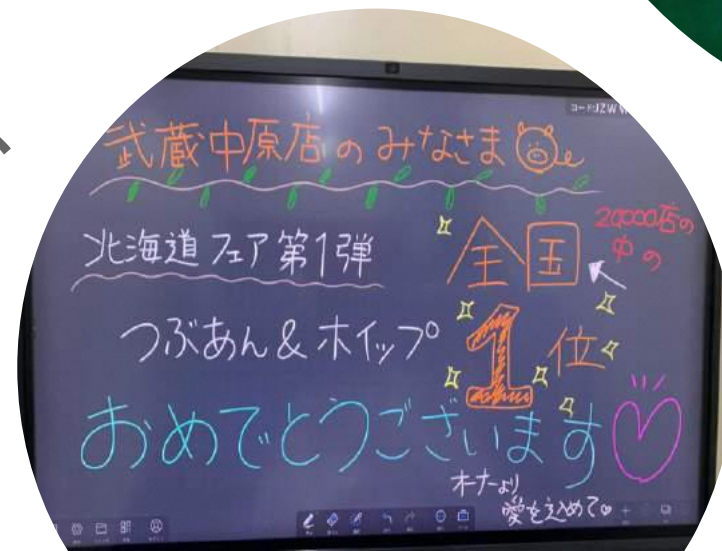
実績紹介①

あんぱんの販売数、**2万店舗中1位**を獲得！

ご近所マーケティングを実践し、
「お店の顧客」と「ご近所商圈」を分析。

分析データをもとに、**「狙ったお客様」**に告知を実施。

わずか**3ヶ月**で効果を実感し、継続実施で、
1年後に**全国1位**を獲得！

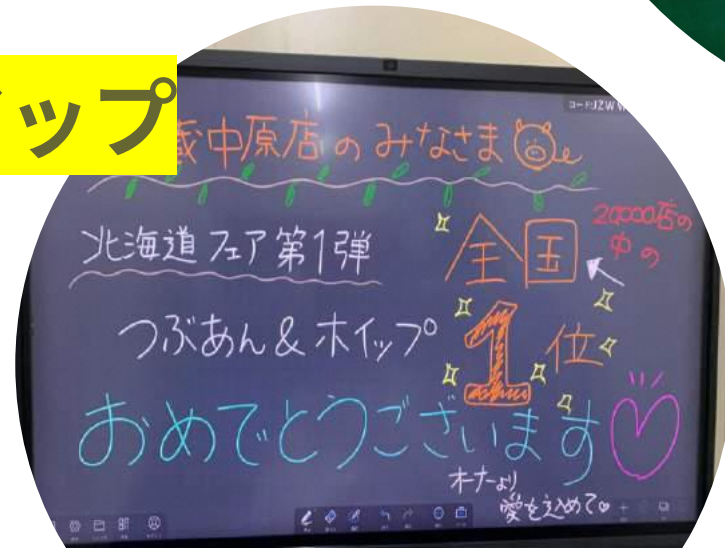


実績紹介②

- 赤字のお店をコンビニへ転換し、**客数6倍**で店舗6年以上継続！

- 飲食店の客数増で**売上140%アップ**

- 整骨院の顧客**リピート率120%アップ**



ご利用ステップ

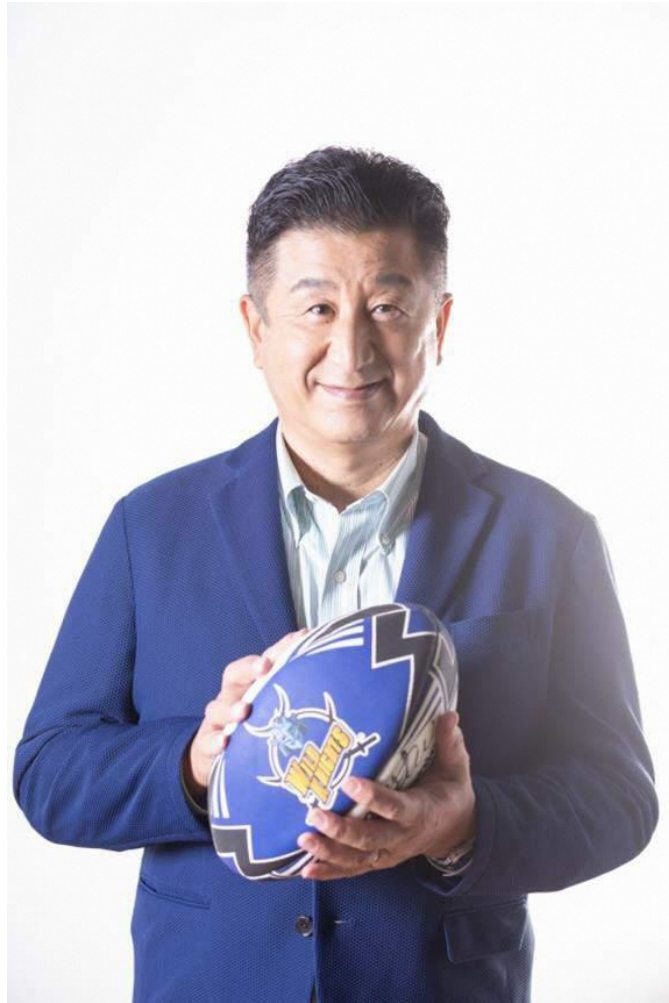
- ① セミナー・相談会で**ご近所マーケティングの効果**をご説明
- ② ご近所商圈調査：お店の**ご近所商圈を調査**しレポート
- ③ 顧客分析：**お店の顧客を分析**し、ペルソナ(ターゲット)を設定
- ④ 集客実施：実際に**定めたお客さんへの集客**

お問い合わせやプチ講座などは**公式LINE**にて！ →



<https://lin.ee/X7by83y>

代表プロフィール



セブン-イレブン31年
4,000店舗出店支援ノウハウがベース

泉 裕幸（いずみ ひろゆき）

ご近所マーケティング株式会社 代表取締役
アイ・リサーチラボ 代表
株式会社ユニバーサルリサーチ顧問
商業店舗立地診断士

最大手コンビニエンスストア本部に31年在籍、
27年間加盟店開発、店舗開発、出店審査に従事。
約4,000店舗の出店に携わる。

自身の実務実績と2万店の出店を体験した事から、
既存の店舗経営者さまに対しお店の商圈分析から
品揃えの見直しと新規顧客の集客をおこなう、
ご近所から始めるご近所マーケティングを展開。