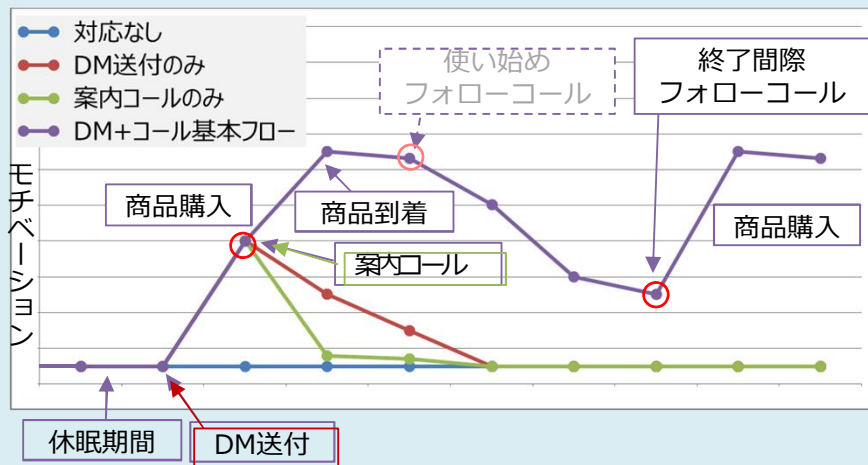


# 売上向上のための電話発信業務

## 主な施策

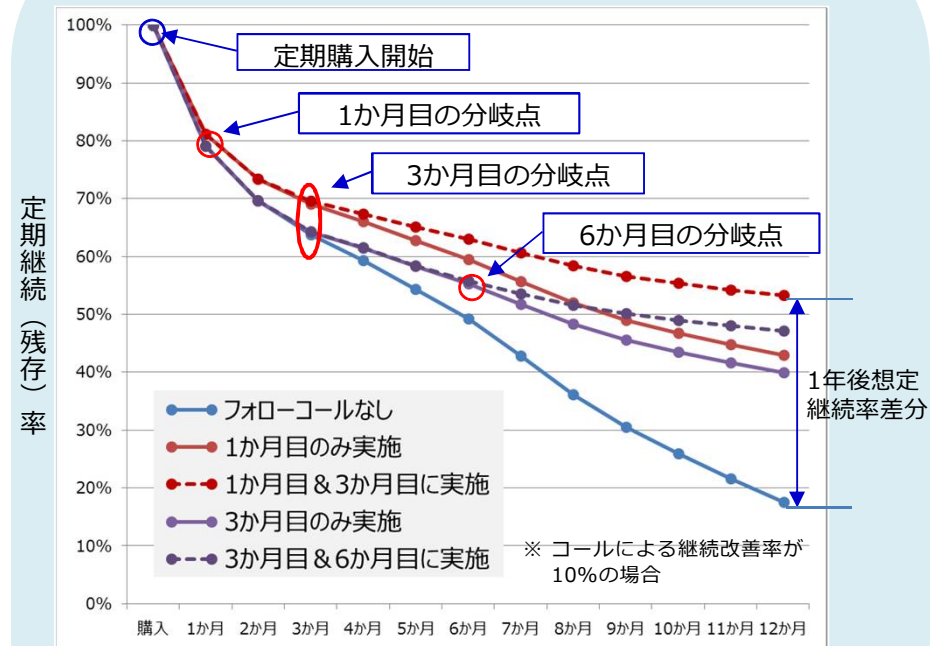
1. 休眠（定期離脱等）顧客に対する掘り起しコール
2. 通常（都度購入）顧客に対するご案内コール（定期引上げもしくは別商品案内）
3. 定期顧客に対するリテンションコール（お礼・挨拶+商品ご案内）

例) 上記「1. 休眠顧客への掘り起しコール」および「2. 通常顧客に対するご案内コール」による購入モチベーションの推移



ご購入キャンペーンのご案内やご様子伺い、使用方法のご案内など、リピーターとなっただけのようきめ細やかな対応が必要です。DMと合わせて行うことで、相乗効果が期待されます。

例) 上記「3. 定期顧客へのリテンションコール」による定期継続率（残存率）の推移



定期的にリテンションコールを行い、お客様とのコミュニケーションを図ることで、定期顧客に対しては離脱時期を遅らせ安定顧客として残存する絶対数の増加を図ります。VOCを収集し、よりよいサービスを図る上でも有効です。