

営業力強化

1年間で紹介・口コミ契約3倍、売上高1.5倍！ ライザップ式 顧客開拓の極意

「結果にコミット」して急成長した「RIZAP（ライザップ）」グループ。メディア活用で知名度を得て顧客満足度も高かったが、既存顧客の紹介・口コミのさらなる強化の課題があった。しかしある取り組みで紹介・口コミの契約件数が約3倍、売上高は約1.5倍に。その秘密に迫った。

RIZAPグループ 取締役本部長 加來武宜

急成長のRIZAPに 意外な課題

完全個室のフィットネスジム「RIZAP」を中心に、美容・健康食品の通販事業、アパレル関連事業、住関連ライフスタイル事業、エンターテインメント事業など、多彩な事業を展開しているRIZAPグループ。ビジネスは順調に成長拡大をしているが、意外にもその進捗に関して課題があるという。RIZAPグループ取締役経営企画・人事本部長 本部長

の加來氏は次のように語る。「当社はテレビCMをはじめとした積極的なマーケティング投資で新規のお客さまを獲得してきましたが、マスマーケティングの貢献度が高く、既存顧客との関係性に基づく紹介や口コミ施策が十分に機能しきれていない側面がありました。広告に頼らずお客さまからの信頼をベースとした集客強化が収益向上にもつながると考え、この領域を強化しておきたいと考えました」

「紹介や口コミによる集客サイクルを仕組み化することが必要と考え、リブ・コンサルティングに相談しました」

社長が自ら同社の書籍を読み、コンサルティング依頼を決めたというから力の入れようがわかる。リブ・コンサルティングの支援の下、RIZAPグループがまず取り組んだのが、フィットネスジムにおけるトレーナーと顧客とのコミュニケーション内容の洗い出しだった。

わかりました。そこで、トレーナーのコミュニケーション方法を標準化し、お客さまに対してどのタイミングでどのようなアプローチをするべきかをきめ細かく決めました。また、お客さまが満足度を実感するタイミングを前倒しすることにも取り組みました」

紹介・口コミの件数は約3倍、事業全体の売り上げ規模は約1.5倍となりました」と大きな成果があったことを明かし、新たな展開も視野に入れている。

紹介・口コミの成果を 他事業へ横展開

RIZAPグループではこのほかにも、コールセンターを利用した働き掛け、紹介キャンペーンのインセンティブ見直しなど、さまざまな手法で紹介・口コミ営業強化を行った。

この成果を踏まえ、新規事業の「RIZAP GOLF」で取り組んだのが新規顧客向け営業力強化である。「事業立ち上げの初期段階というところもあり、広告を見て来店したお客さまからの契約率が担当トレーナーによって大きく異なり、全体として見逃せない

析によると、契約率が低い要因は、お客さまとの面談時間の多くが、プログラムの説明に終始していることにある、ということがわかった。「一方的なプログラム説明だけではお客さまに当社のサービスの魅力が伝わりにくいため、詳細なアプローチのルールを定めつつ、『結果にコミットする」という思い』『サービス品質を担保する仕組み』といった多面的な魅力を伝えていくよう意識しました」

「リブ・コンサルティングには、現場で起きている課題の明確化に始まり、具体的な営業プロセスとアプローチ方法の策定、トレーナーへの教育、現場浸透フォローなど、細かくサポートいただきました。また、事業拡大スピードが上がる中で、次のステージに向けた組織体制や店舗間の最適な人員配置についてもアドバイスをもらい、大いに感謝しています。今後も英語、料理と新規事業が立ち上がっていく中で、自社サービスの魅力を正しく伝えられるよう、営業や紹介・口コミ領域の強化を意識していきたい」と加來氏は力を込める。



RIZAPグループは、すべての人が、より健康に、より輝く人生を送るための「自己投資産業」を掲げ、美容、健康、衣食住、趣味、語学などさまざまな分野で、独自のメソッドにより「できない」を「できる」に変え、人生に自信と感動、そして輝いた未来の提供を目指している。

チャンスロスが生じていました。こうしたチャンスを徹底的に削減し、底上げを図るために取り組みを始めた」



RIZAPグループ
取締役 経営企画・人事本部長 本部長
加來武宜