

目的

新規顧客*が惹かれる店舗とは？

- ☆ 店舗構成要素*を集計,クラスタリング分析
- ☆ 新規顧客が評価するポイントについて分析

背景と問題

美容業界は、施設数が増加傾向の一方で少子高齢化や参入障壁の低さから“パイの奪い合い”構造にある
「客数の減少」が経営問題であり、顧客満足を高めて他店と差別化することで集客向上に繋げることが重要課題である

使用データ及び分析ツール

リクルートデータセット

(期間:2012.01~2014.01)

- ・店舗特徴分析:Python/TMS
- ・新規顧客分析:TMS

結果及び考察

*新規顧客:「初めて行く」「初めて利用する」「初めて訪れる」をレビューに含む顧客(中原孝信『美容室のレビューデータを利用した口コミ分析』を参考)

*店舗構成要素:レビュー数,スタイリスト数,クーポン数,メニュー数,セットメニュー数,メニュー価格中央値,セットメニュー価格中央値,最寄駅からの距離(@東京のみ)

1. クラスタリング

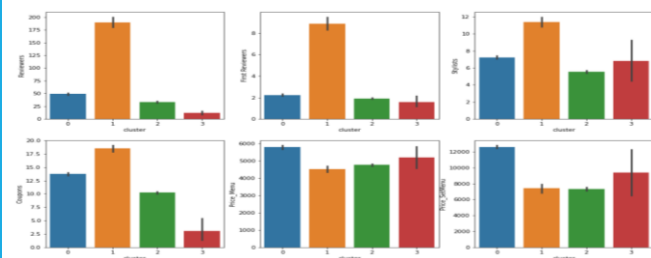


図1. 新規顧客獲得店舗クラスタリング結果(k=4)

優良新規顧客獲得店舗(図1内クラスタ2)

⇒スタイリスト数が多い

低価格かつクーポンが多い

(最寄駅からの距離を追加した場合も同様)



新規顧客獲得店舗の特徴

★ スタイリストの選択肢が多い

→ 美容業=ヒトサービスの現れ

・ 使用できるクーポン数が多い

(高価格帯でもクーポン数多⇒顧客アリ)

→ 価格の手頃さ

お得感を得られるか

2. キャッチコピー

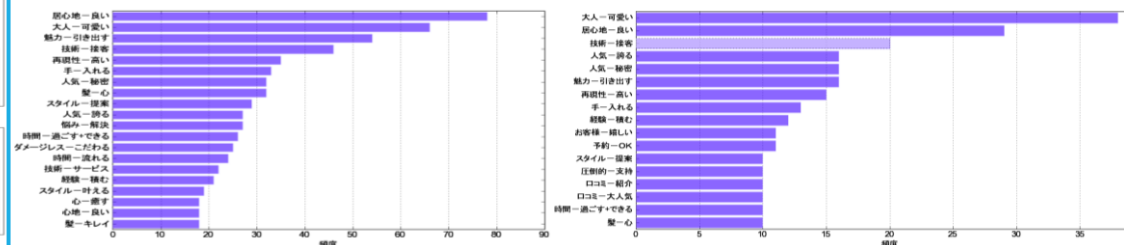


図2. 店舗キャッチ係り受け頻度解析

左:レビュー有店舗(8,992店) 右:新規顧客獲得店舗(3,266店)

レビュー有店舗

- ・技術力
- ・居心地の良さ
- ・顧客を女性に絞る表現



新規顧客獲得店舗の特徴

★ 口コミでの話題性

→第3者視点を含み、店舗への信頼感
アピール

※比較: レビュー無店舗(1,135店)

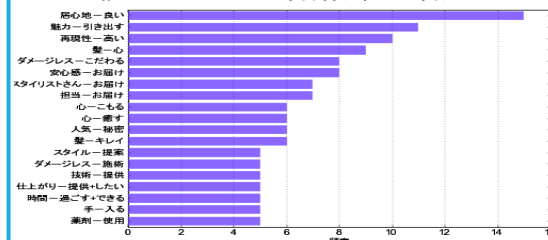


図3. 店舗キャッチ係り受け頻度 レビュー無店舗(1,135店)

レビュー無店舗

- ・居心地の良さ
- ・スタイリストの雰囲気の良さ

3. 口コミ

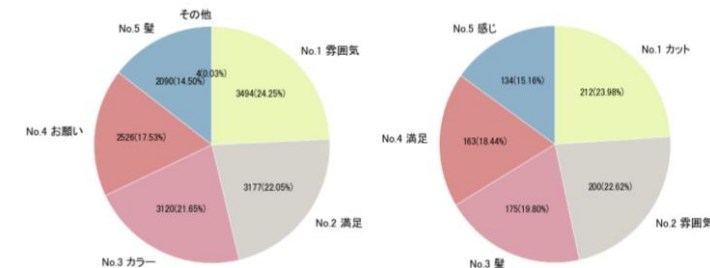


図4. 文章分類

左:新規顧客(14,411件) 右:新規顧客且つ口コミ参考者*(884件)

*口コミ参考者:「口コミを見て」「口コミで見て」を含む顧客

3-1 新規顧客口コミ

⇒ ★ 雰囲気の良さが評価対象
・再来店意向にも影響

3-2 新規顧客且つ口コミ参考者の口コミ

⇒ ★ 仕上がりの高さが評価対象
★ 価格を口コミで参考にする
★ 雰囲気の良さが再来店意向に影響