

会計事務所 200%活用レター

Vol.128 2014.09

このレターは、お客様との最近の面談や、セミナーなどで感じたことをお伝えしています。お時間があるときにでもご笑読頂ければ幸いです。

【客単価の重要性】

最近のニュースでマクドナルドの業績が低迷しているという記事を見ました。食肉問題による信頼の失墜が原因と言われていますが根本は、競争激化による値下げが原因です。

一般的に、お客様の選択ポイントは、便利さ、価格、品質です。

マクドナルドは「便利さ」と「価格」がお客様に選ばれるポイントですが、無理な値下げで収益を悪化させ、そのために品質を犠牲にしたことが、失敗の原因です。まさに経営の悪循環に陥っています。

価格を下げることについて、経営の上で非常に安易に考えてしまうことがあります。計算をすると、値下げをした後の利益は売上単価の値下げ率の数倍も悪化します。

リピート率が高い商材であれば値下げをしても長期的には収益を確保することができますが、現代では、ほとんどの商品やサービスは変化を求められます。

まずは値下げをしないで選んでもらえるよう、お客様に価値を伝える工夫をすることが、収益アップの最短コースなのです。