

『Wハルト リターンチケット』について

平素は格別のお引き立てを賜り誠にありがとうございます。

この度、Wハルトの普及と促進を目的として、『Wハルト リターンチケット』を作成いたしました。
既にWハルトをフックにしてお客様の再来店率が向上している店舗様も、これからWハルトで再来店をのきかけを増やされる店舗様も、
この機会に是非『Wハルト リターンチケット』をご活用下さいませ。

Wハルトとは

『重ね塗りができる』というハルトの特徴を生かし、1度目の施工の後日2度目の施工(Wハルト)を行う事でコーティング層を倍にする事が出来ます。
それにより、衝撃吸収性の向上や機種によっては光沢・汚れの落ちやすさをUPさせる事ができます。（※ドコモショップでは、定められた内容で訴求を行って下さい。）

現在、携帯電話の買い替えサイクルは4年超と言われています。
更に、オンライン化の影響でお客様がショップに来店する機会は年々減少傾向に……。
ショップでは、4年に1度しかないチャンスに4年分の「言わなければいけない事」を詰め込まなければなりません。来店頻度が向上すれば、ワンチャンスに「言わなければいけない事」を詰め込む必要はなくなり、他愛もない会話や世間話をする時間が増える事で、ES向上や信頼関係の構築に繋がります。
お客様のご利用状況に合わせたプラスのご提案や、お客様にとって必要なサービスを案内する機会を増やし、お客様との信頼関係を構築して“笑顔”を生むこと。
これがWハルトの目的です。

Wハルトの目的

チケット利用方法



ダブルハルトしてますか？

お客様名 _____ 様

機種名 _____

備考 _____

有効期限 _____ 年 _____ 月 _____ 日

HARUTO COATING

オモテ

【備考】次回来店時の特典・案内事項・次回来店時期など、再来店を促す内容を記入

ユーザーカルテに『Wハルト リターンチケット』と、施工証明書をセットし、お客様にお渡しします。

店舗情報を記入／社判・店判の押印

ウラ



Wハルトの店舗活用事例

顧客満足度や従業員満足度の向上

- ・ 会話する回数が増えたことで人間関係ができ、タブレット契約に繋がった！
- ・ Wハルトをしたお客さまが凄く喜んで下さり、友人を紹介してくれた。
- ・ 施工中の時間に色んな会話が出来るのが楽しい！



来店頻度の向上

- ・ 2度目の施工に来られるお客様が少しずつ増えてきて、サービス訴求のチャンスが増えた。
- ・ お客様が指名で来てくれるようになった！
- ・ スマホ教室にも来てくれるようになった。



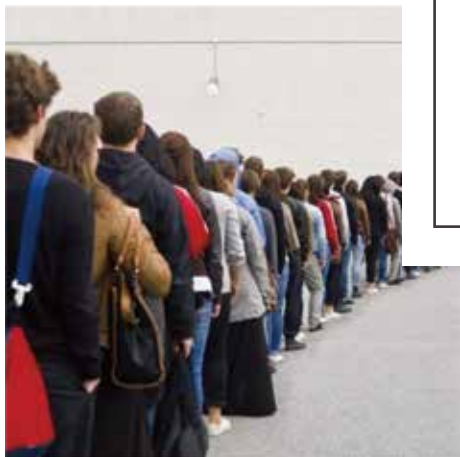
LTVの向上

- ・ Wハルト中に趣味のアニメの話になってdアニメが獲得できた。
- ・ d系サービスの解約阻止と利用促進につながった。
- ・ d系サービスの後追いがしやすいと思う。
機種変更の商談中に提案すると断られやすい。



マイショップ化

- ・ 別のコーティングでは重ね塗りができないと知って、ハルト・Wハルトをしにきていただけた。
- ・ 他社で利用中のお客様が口コミを見て来店。



※上記はドコモショップでの活用事例の一部を記載させて頂いております。