

2016年 営業グループ方針

営業グループ方針

- 顧客満足度向上による継続営業と提案型営業
- リピーター化に向けた取り組み
- お客様の期待を超え続けるグッズ企画・販売

営業グループ重点実施事項

□ 顧客満足度向上による継続営業と提案型営業

1. スポンサーメリット構築
2. スポンサーの期待を超え続ける
3. パートナークラブを活用した、アジアでのマーケット拡大

営業グループ重点実施事項

□ リピーター化に向けた取り組み

1. ファンクラブイベントの充実
2. ファンクラブ制度設計の調整
3. 来場履歴や顧客属性に基づく来場促進
4. 企画・コラボチケットの販売

営業グループ重点実施事項

□ お客様の期待を超え続けるグッズ企画・販売

1. スタジアム売店でのストレスフリー
2. オンラインで販売比率アップ
3. イベント・記念品グッズの企画・販売
4. 販売計画に基づいた仕入れ
5. デザインクオリティの管理

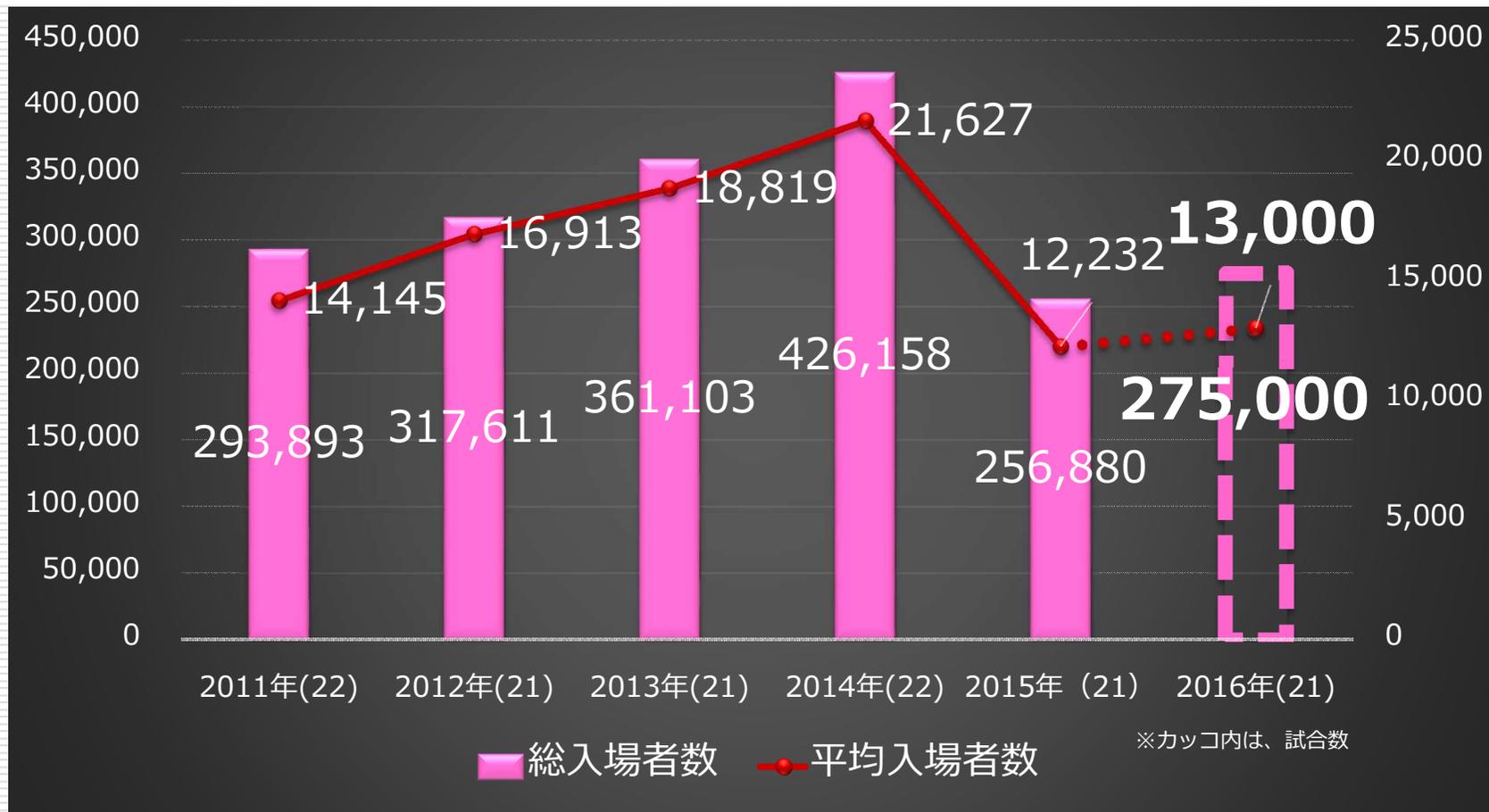
収入目標

- 試合収入：**5.0億円以上**（前年度：4.6億円）
- 看板広告収入：**7.83億円以上**（前年度：7.37億円）
- その他広告収入：**3.86億円以上**（前年度：2.38億円）
- 商品販売収入：**3億円以上**（前年度：2.9億円）
- サポーター収入：**0.52億円以上**（前年度：0.51億円）

商品別目標

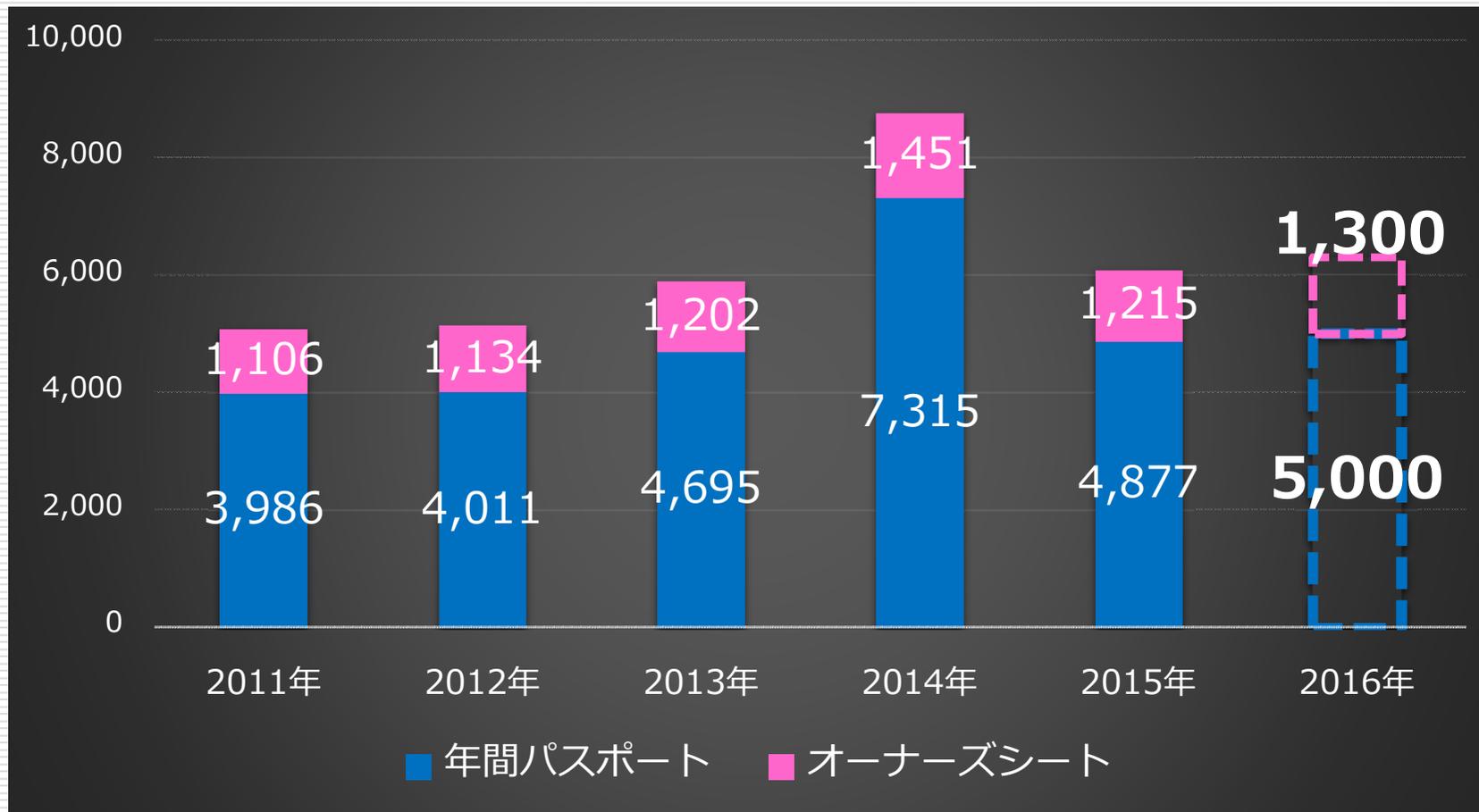
- 入場者数：**27.5万人以上**（前年度：25.6万人）
- 平均入場者数：**13,000人/試合**（前年度：12,232人/試合）
- 年間指定席：**1,300席以上**（前年度：1,215席）
- 年間パスポート：**5,000席以上**（前年度：4,877席）
- ファンクラブ会員：**11,500人以上**（前年度：11,428人）
※プライムセレッソ含む
- WEB無料会員：**10,000人以上**（前年度：7,190人）
- 新規スポンサー：**12社以上**（前年度：11社）

入場者数 (単位：人)



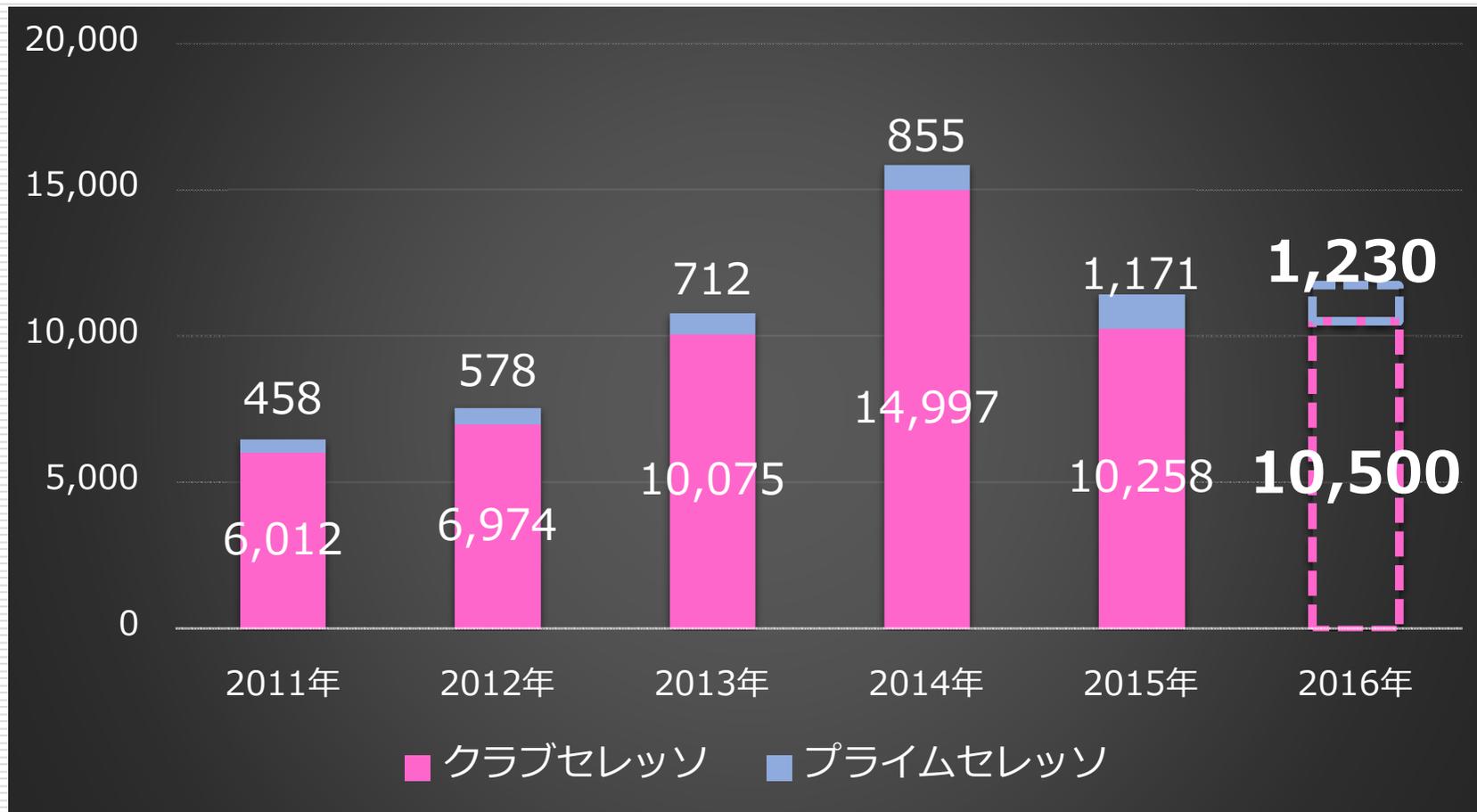
2016/1/25

年間指定席・パスポート（単位：席）



2016/1/25

ファンクラブ会員（単位：人）



2016/1/25