

アップセル・クロスセルで  
客単価を上げる

# アップセル (Up-sell) とは？

- 上位の商品をおすすめして、より単価（利益）の高い商品を購入してもらうこと
- 購入点数は同じでも、単価を高くすることでLTVを上げるという施策
  - 「あと50円追加でポテトがLサイズに変えられますが、いかがですか？」

# クロスセル (Cross-sell) とは？

- 関連商品をおすすめして、追加で商品を購入してもらうこと
- 購入点数を高くすることでLTVを上げる
  - 「ご一緒にポテトもいかがですか？」
  - 「この商品を買っている人はこんな商品も買っていますよ (レコメンド)」

# アップセル・クロスセルのポイント

- 「おすすめ」するだけで客単価が数10%上がったなら、いくらの集客コストが節約できるか？
- そもそもお客さんは、あなたの商品の存在自体を知らないとか、頭にないことがほとんど。
- おすすめする正当な**理由**があれば、それは押し売りではなく、お客さんのためになる、プロとして必要な提案やおすすめをする**理由**をしっかりと説明する

**コミットメントで  
一貫性の原理を使う  
(決断するのはお客さん)**