



# 上田商店 ニュース

vol. **143**

平成25 年7 月16 日(火)

制作: 上田商店サークル会  
AM8:00送信

## 暑中お見舞い申し上げます

梅雨も明けて、いよいよ本格的な猛暑のシーズンが到来し、業界も閑散期に入りました。この時期に改めて自店のシステムや販売促進のあり方について考えてみるのはどうでしょう。品質はもちろんですが、サービス面でもお客様目線で年間を通して考え、遊び心も取り入れた企画でイメージアップを。またノウハウも蓄積し、次年度に活かしていく。今回は、ネットの「販促アイデア百科」より参考になりそうな項目について話し合いました。参考になれば幸いです。

上田サークル会 会長 上田 良堂

至急回覧!

ねがいます



| 社 長 | 専 務 | 部 長 |  |  |
|-----|-----|-----|--|--|
|     |     |     |  |  |

## —上田サークル会 例会報告—

### 大学生による手配りビラ

原宿にオープンしたスポーツ店が、大学チーム対抗形式で手配りビラのイベントを開催した。同店の主要顧客となる各大学のスポーツサークルに呼びかけ、各5名ずつ10チーム50人で競った。

各チームは店で用意した10色のビラを、指定場所で配り、そのビラをもとに来店した客数で勝敗を決めた。バイト料と別に優勝チームに賞金を進呈した。

**クリーニングでは** 比較的時間に余裕のある大学生をバイトとして活用。特に女学生は将来の顧客予備軍。

例えばポスティングの場合、バイト人がわかるように印刷物にナンバリング。回収率や利用金額を競い合い、上位者に賞品(賞金)を進呈する。

また、親兄弟・知人など口コミ効果も見込まれる。特に女性は将来の優良顧客だ。

### 特化する

小売りが二極化しつつある。「品揃え充実!何でもあります」タイプと「これしかありません!でもこだわりが違います」タイプ。要は、他店に負けない品揃えで勝負する店と限定された種類のものに特化する店。

店の特徴が浮き彫りにされればされるほど、口コミとしても伝播されやすい。

**クリーニングでは** 24時間365日利用可能な店は、時間に関して一種の特化か。

「地域No.1」を目指し展開する江坂のチェーン店では、クリーニングボックスもコインランドリーもとにかく24時間365日利用可能で好評を博している。

### 本当の限定品

「土・日曜日限りの完全限定品」という見出しの折込みチラシが多い。結局毎週末、同価格で特売を行っている場合が多い。そこで表示されている「完全限定品」に魅力は感じられない。

「在庫になるよりも、安くても売り切った方がいい」と考えがちだが、案外これが大きなマイナス要因となっている場合が多い。在庫品を目立つ場所に並べることで新製品のアピールを邪魔している。

**クリーニングでは** 値下げより効果のありそうな景品をプレゼントする。例えば1000円以上のお客様に、希少価値の高いキャラクターグッズなど、先着100名様にプレゼントする。経費的には割引きの費用との比較。

### 最後の販売チャンス

コンビニでは、レジ横に液晶ディスプレイがあり、新製品や人気商品の動画広告が映し出されている。商品を渡し、レジで計算している間や袋詰め、レンジでチンしてもらう間についつい見てしまう。なぜ見てしまうのか?「他にすることがないから」。

レジは客が必ず立ち寄るところなので、注目率が高い。レジ横は、非常に有効な販売スペースといえる。なにせ相手はヒマなのだから。

**クリーニングでは** カウンター横に陳列台をつくり、“ついで買い”をうながす商品を並べる。

例えばディスプレイでの情報提供と共にプロが使っている洗剤、シミ抜き剤…などの販売を行う。



今回は、ネットの「販促アイデア百科」より興味深い項目を抜粋し話し合いました。

### 使用時体験の提供

アメリカのあるスペシャリストの話。業種はおもちゃ屋さん。狭い店では全てのおもちゃをお客様に触れさせ、一緒に遊んでくれる楽しい店。これは「使用時体験を提供する」という独自の固有の長所となる。

一方、大型おもちゃ専門店は、袋は破いちゃいけないし、箱ものはセロテープがかかっている。ゲームソフトにいたっては現物がなくて、カードみたいなものがあるのみ。使用時体験がほとんどできないのだ。

**クリーニングでは** お客様と商品との接点づくりを考える。特に加工の効果を見て、触って、感じていただく。

例えば加工した毛布など、天然製品の触り心地を体感していただく。また、撥水加工したものにお客様に水をかけていただき、実際に効果を確認していただく。

### ハートレター

あるショッピングセンターで、落ち込み気味の売上げ打開策として“みんなでもっとサンキューレターを出そう”ということが決まった。1日1〜2通だったものをとにかく10通出そうと決意。努力のかいがあって数字がすこしずつ伸び始めた。

そしていくつかの面白いデータを得ることができた。DMの場合、レスポンス率は5〜10%と波があるのに対し、サンキューレターでは、ほぼ確実に10%あるという。

**クリーニングでは** 便利になったシステムやメール。発信者側の都合のみで回っているようにも感じる。手書き(アナログ)の良さを活かす工夫も大切かと思う。

### 店内の楽しい演出

アメリカのスポーツシューズ店では、店内通路の角々にゲームが置いてある。例えばパンチボールもその1つ。面白いのは、マイク・タイソン何キロと書かれている。

また、隣にはゴムマットがあり、ここで飛び跳ねろ!と書いてある。ジャンプすると滞空時間が出てくる。マイケル・ジョーダンが1.1秒と表示されている。「楽しい演出」が多いこの店は、家族連れでいつも賑わっているという。

**クリーニングでは** 季節感を演出する。待合所ではなく、アミューズメントスペースに。例えば桜まつり。桜で雰囲気を出し京風に抹茶などを提供する。また500円以上のお客様には、金魚すくい・花火など親も子も店員も楽しめるようなパフォーマンスを行なう。

また、待合所でも楽しいスペースを創る。多くの女性が興味を持つ美容やダイエット、占いなどの本やタッチパネルでくつろいでいただく。



### ちょっと違う印刷物

どうすれば差別化のできる面白い印刷物を作ることができるのか?表現方法をピックアップ。

①保存率を高める印刷物/ソフト面では、価格訴求ばかりではなく、裏面にカレンダーや占い、プロ野球の試合予定などを。ハード面では、PP加工やパウチ加工などをすれば保存性は高まる。

②目立つ印刷物として/蛍光インキを使うのも面白い表現ができる。また、割高になるが形を変える。丸い形やハート形など目を引くだろう。

**クリーニングでは** 家庭で常備用として利用して頂けるような“洗濯おしながき”的なものはどうだろうか?

内容はドライ、ウエットの分かりやすい説明、加工の種類や効果、またカーテンや絨毯等の普段あまり出てきにくい商品も洗える事を伝える。それと家庭洗濯の注意点やお手入れ情報を掲載するのも喜ばれると思う。

この情報に関するお問い合わせ・ご注文は、お気軽に右記の 上田商店 までお願いいたします。

☎電 話 06 (6633 ) 4621  
☎F A X 06 (6633 ) 4625

担当: 上田  
(24時間受付中)

☐営業時間 AM 9:30~PM 5:00 (月~金)  
☐U R L <http://www.uedashouten.jp/>