

お客様への情報発信 vol. 5

①コトとモノをつなげ「モノガタリ」を伝えよう！！

～お客様は商品やサービスが持つ背景や物語に共感し買い物を楽しみます～(参照:商業界 2月号 P24～27)

行列をしてまで商品を買求める人たちは、「ただ安いから・新鮮だから」という理由だけではモノを買っていないようです。世の中が多くのもモノに溢れ、インターネットで比較が簡単に出来る現代は、「買いたい気持ちにさせてくれる店」はとても貴重な存在となります。では、どうすればコトとモノを結ぶことができるでしょうか？それはお客様が思わず買いたくなる仕掛けを行う事です。以下の2つの事例はお客様が買い物をする際に求める事の一部です。皆様の大切なお客様に喜んで頂くためには、どんな工夫が出来るか、楽しみながら考えていくことが大事です。

事例1 お客様の求める事を聞いてみる

大容量でしか通常は売っていない商品を、小分けにして少量でお試しいただけるように工夫することが重要です。現代の使いきりサイズを求めるニーズともったいない精神から以前のような大容量の商品はニーズが高くありません。お客様が求める事を消費者目線で想像し、行動に移すことは非常に重要です。お店で接客する際に「どんな商品があれば望ましいですか？」などお客様に尋ねてみてはいかがでしょうか？

事例2 お客様へ取り扱う商品の良さをきちんと分かりやすく伝える

サイズの話に加えて、この商品はどんな生産者・メーカーが作っており、どんな理念で「ものづくり」に取り組んでいるかは特に気になる所です。お客様は商品を購入する際に「商品の特性や商品が持つ物語」を分かりやすく伝えてもらいたいと考えています。他の商品と比較してどこがどのように優れているのかを知ることは消費意識を大きく高める事に繋がります。

(作成日 H30.1.15/作成者: 中小企業相談所 中山)

② SNS 活用でお客様との距離を縮めよう！！

(参照:商業界 2月号 P40～42)

多くの方が情報収集や情報発信のためにSNSを活用しています。主なSNSは4つです。

- ①LINE…昔前のメールと同じで、日常的な連絡手段として利用している人が多く、即効性の高いツール。
- ②ツイッター…匿名で「つぶやき」ができ、浅く広く情報を拡散できる。情報検索、拡散、実況の場。
- ③フェイスブック…40代以上の意識の高い男性に人気があるイメージ。知人の近況を知り、自分の近況報告の場。
- ④インスタグラム…若者を中心に圧倒的に支持。商品やサービスを投稿してもらう事で口コミ、宣伝になる。

おしゃれ自慢や話題に便乗するユーザーが多い。

ユーザーがSNSを使い分けている以上、配信する側も考えて活用しなければ効果を出せません。フェイスブックやツイッターのようなフロー型をビジネスで使うのなら、顧客や見込み客とのコミュニケーションに使うのが効果的です。情報を拡散したいなら、まず「知り合い」になるためにSNSを活用しましょう。SNS同士をリンクさせることで、情報量の多いブログへ誘導することもできます。良質な記事をコツコツ書き、財産を増やししながら、SNSで知り合いを増やし、公開したブログのURLをツイッターやフェイスブックでシェアするのが理想です。

交流を深める

コミュニケーションはアウトプットとインプットの両方をバランスよく行います。日々の発信をこまめに行う事で、自分の「人となり」を知ってもらう事から始まり、他の人の投稿やブログを積極的に読んで、「いいね！」や「コメント」を残すことが大事です。共感=好感につながります。人は好意のある人の影響を受けやすくなります。

来店を促す

#(ハッシュタグ)を付けることで、同じことに興味を持った人をまとめて閲覧することが可能です。潜在客、見込み客のプロモーションにもなり得るので、ターゲットを絞り込んだ情報発信が可能です。常日頃きちんと相手に興味を持ってコミュニケーションを取り、信頼関係を育てることで、イベントのお知らせやお誘いがSNSでも有効になるのです。相手が単なる「数」ではなく、「人」としてきちんと向き合いコミュニケーションをまめにとることが何より大事です。

(作成日 H30.1.18/作成者: 総務課 馬渡)