

## 「お金のブロック」を外して値上げに自信を持とう！！

～価値の発見・価値の伝え方の工夫次第で、ナチュラル値上げが可能です！（参照：商業界7月号p14～16）

「お金のブロック」＝「お金に対するマイナスの思い込み」です。中でも商売の最大の邪魔が「値上げブロック」です。「お客がはなれてしまうのでは」、「商品が売れなくなってしまうのでは」、「お金の汚いとおもわれてしまうのでは」といった値上げに対するマイナスの思い込みが存在すると、なかなか値上げに踏み切れません。人口減少の世の中では、数を売るより、商品単価の値上げによる利益を高くするほうが基本的にいいのです。次のステップで「お金のブロック（マイナスの思い込み）」を外してナチュラル値上げをしていきませんか？

～「お金のブロック」の外し方2ステップ～

### ステップ① ここでしか売っていないという「自分だけの価値」を発見する

お客様は「ここでしか売っていない」となれば、積極的に高いお金を払って買おうと思ってくれます。ここでいう自分だけの価値とは、「商品」+「店(人)」です。

・「商品」…自社商品を他店にはないものにする。

→治療院・サロン・自社生産の飲食店は商品、サービスを自分で作れます。例えば、治療院なら、近隣の治療院と違うサービス・コースを作る。もしくは、もともと特別な方法を使っているならそれが「価値」であり、値上げの対象です。他が競争に参加できないものは、お客様から強く支持される理由を持つものと言えます。

・「店(人)」…店、スタッフによる価値を見出す。

→家電・本・靴…など、メーカーが生産しているどこにでも売っている商品をお客様が買う場合は「商品以外に価値を付ける」しかありません。「商品以外の価値」とは「店」・「スタッフ」以外ないのです。

特に「スタッフ」の価値はそれが商品と関係なくても大丈夫です。例えば、スタッフに「おしゃべり」という価値があるとします。そこで店内に「おしゃべりスペース」を用意して、そこでお客様が付加価値を感じていただくおしゃべりを続けるとします。するとおしゃべり好きのお客様が集まり、是非このスタッフから商品を買いたいと思い、リピーターとなっていただけます。

### ステップ② 提案という形で「価値」を創る

お客様からA.650円のラーメンより、B.900円のラーメンの方が売れる方法を比較します。

A「ラーメン650円」

B「幻のラーメン。3年かけて完成したスープ。北海道で直接見つけた小麦粉。日本で3%しか流通していない豚を使ったチャーシュー。こだわり抜いた当店限定の幻のラーメン 900円」

BはAより250円も高いですが、POPなどで価値を伝えたら、後者が選ばれる可能性が飛躍的に高まります。お客様は商品やサービスに対して、理解して消費したいとのニーズは高く、興味や関心を惹きつけるPOPや広報が行えた場合は値上げの可能性が高まります。さらに「体験ベースで価値を伝えること」も重要です。

「そろそろ給料日ですね！1か月の疲れを幻のラーメンで癒してください」のPOPをBに加えることで、「高級なラーメンで疲れた人の心をねぎらう」ことが提案できます。商品をお客様が買うのではなく、「疲れた人の心を癒やすこと」をお客様が買うわけです。

### ☆まとめ☆

「価格が高くて選ばれる商品・サービス」は、価値に共感してくれたお客様によって消費されます。このお客様は価格だけで選ばずに、商品を取り巻く付加価値で消費を検討します。如何にお客様を夢中にさせる情報提供や接客で「価値」を創れるかが重要です。自分のお店の「価値」に自信を持ち、お客様に発信する事がナチュラルに値上げすることに繋がりますので、今一度自店の見直しと改善に努めてみましょう。