

お客様への情報発信 vol.9

① 「好かれる」POPは「好かれる」接客です！！ ～ 好かれるPOPのポイント ～ (参照:商業界 10月号 P91～95)

ポイント1 相手に「想い」を伝える～売側の「押し売りPOP」はお客様から嫌われます

現代は所有・消費によって幸福感を得る時代でなく、人とのつながりや共感・信頼に幸福感を得ようとする時代です。環境の変化とともにお客様へのアプローチの仕方を変えていく必要があります。共感・信頼をお客様と店舗の間で構築し、「共感⇒買う」の順番でアプローチすることが重要です。

ポイント2 「自分の言葉」で書く

現代の多くのお客様はモノを欲しているというよりも、「ヒト」と「ヒト」の共感や信頼関係を求める傾向が強くなってきています。そんな時代では、店頭POPも下手でもよいから、その人らしさを感じる文章にお客様は「好き」という感情を抱いてくれます。是非、商品をおすすめするスタッフの人となりを感じさせるようなコメントに挑戦してみてください。「好き」という感情を引き出してみてください。

ポイント3 相手を思いやり「伝わりやすく」書く

相手に「好かれる」ためには、相手のことを思いやる必要があります。相手に伝えたいことがあるのに、読んでもらえないのでは意味がありません。専門用語なく相手が理解できる言葉選びを行い、伝えたい内容を書くことが重要です。

まとめ

自分がお客様の立場であれば、どんなお店で買い物をしたいのか、どんなPOPに出会いたいかを考えることは販売促進には重要です。相手を思いやり、お店作りや接客を通して「共感」と「信頼」を発信しましょう。

(作成日 H30.10.15/作成者:中小企業相談所 中山)

② スマホを利用して上手に宣伝！！ (参照:商業界 10月号 P10～11)

本来は消えてなくなってしまうものが保存できるのがスマホの写真機能です。このシステムに自店をどう組み込ませるのが、スマホ時代に自店を無料で宣伝していくコツです。やるべきことは3つです！

① 思わず写真を撮りたくなる場所を店頭や店内に仕つらえる

まずは自店を自分のスマホで写真に撮ってみましょう。見栄えがしないとしたら即改善しましょう。店頭には花の寄せ植えを置く、結婚式かと間違ふくらいのウエルカムボードを設置してみる、歓迎のメッセージを書いてみる、などです。店内では、ただ商品を仕入れて並べただけでは、お客様の心を動かすことはできません。商品から愛を感じさせなくてはなりません。自分の子や孫が結婚するとしたら、その子が引き立てられるように衣装や小物を用意するのと同じ愛を商品にも注ぎましょう。

② SNSにアップしてください、とお願いの文章を添える(もしくは口頭で案内する)

ある土産物店では、お客様が商品の前に立ち止まっていたら、必ず「SNSにアップしてくださいね～」と笑顔で伝えています。それにより、自店の情報が多く蓄積され、店内に入った他のお客様が自分のスマホでそれらの写真を見ることで、売上につながるという現象が起きています。お客様にしてほしい行動は、具体例を提示すると実行につながります。

③ 店名が自然と写り込むように店名ロゴなども用意しておく

飲食店ならテーブル上の紙ナプキンに写真を撮りたくなるようなきれいな、かわいい店名ロゴをスタンプする、雑貨店なら撮影ポイントには店名ロゴ入りのPOPを配置するなどです。こうすれば、スマホの機能や流行のSNSアプリに変化があっても、それはお客様側が対応してくれますから余計な労力を使うこともありません。

まとめ

スマホを活用した販売促進の工夫が無料で出来るのに、やらないのはもったいない事です。10代、20代の自分の子や孫、従業員に「商品やお店の検索ってどうしているの?」と問い掛けて、教えてもらうことから始めてみてはいかがでしょうか。

(作成日 H30.10.9/作成者:中小企業相談所 光安)