

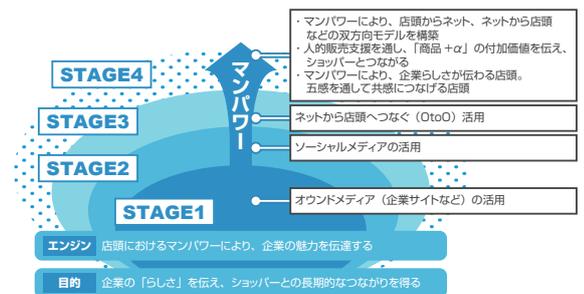
店頭に求める仕組みと仕掛け

消費者の購買行動の多様化に伴って、顧客接点の最前線である店頭のあり方も変化していく必要があります。では、現在の消費者は売り場に何を求めているのでしょうか？今回は現在の消費者ニーズの変化を紹介します。

マニュアルの順守から「らしさ」の実現にシフト

現代は SNS などを駆使して日常的に社会とつながるようになりました。店頭でも価格比較サイトを見て、簡単に最安値を知ることができます。このような流れの中、一部の企業ではオンラインの強みを生かし、ネットから店頭へ人を誘導するオフライン to オンライン施策にも力を入れています。成功している企業を見ると、ソーシャルメディアの普及によって生まれた新しい消費者マインドを捉え、そこに照準を合わせて店頭のマンパワーをフル活用しています。具体的にいうと、顧客は以前よりも「つながり」や「共感」を求めるようになりました。店頭における「共感度」を高めることで業績を上げる企業が増えています。

重要性が増す「店頭におけるマンパワー」



IPmobileを通じてお客様との距離を縮め、共感度を獲得しましょう

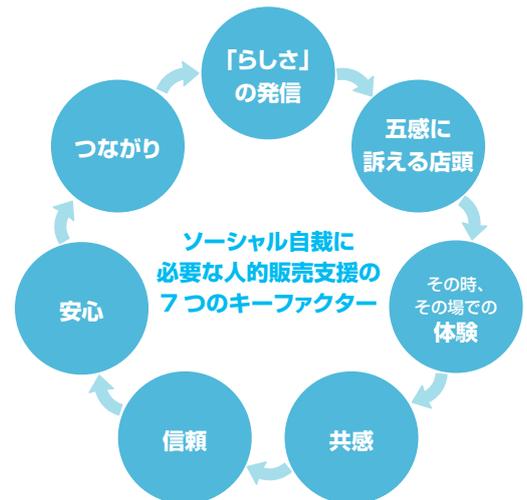
五感に訴える演出で商品の付加価値を高める

観察とヒアリングによって顧客のその時その場の気分を察し、そこに歩み寄り、気分に応じた提案をスタッフに実践させます。スタッフのそうした接客を介してブランドに共感し、その結果としてソーシャルメディアなどで自身の体験を共有し始めます。さらに、その顧客とつながった人が、新規顧客として来店するという好循環が生まれ、業績につながるのです。「五感」に訴える売り場を表現することが大切です。五感を通じた体験は来店客の印象に残るばかりか、商品の付加価値を高める効果もあります。体験の中で発生するスタッフとのコミュニケーションを通じて醸成された、売り場やメーカーに対する信頼感・安心感があると言えます。

五感に訴える演出で商品の付加価値を高める

今や、人的な販売支援は顧客の共感を獲得し、オフラインにおいて顧客とつながるために重要ポイントとなっています。以下7つのキーファクターでオンラインとオフラインの両輪で顧客とつながり、関係性を深めることができます。

- Key1 「企業らしさ」の発信**
自社のらしさを定義づけ、それを軸として店頭とオンラインでブレのない発信をする
- Key2 五感に訴える売り場づくり**
五感のらしさを伝えるためにツールとして使う
- Key3 人的販売支援による、その時その場での体験**
スタッフのリアリティある説明によって、納得感を与え商品+αの価値を感じてもらう
- Key4 共感の醸成**
らしさを伝えることでその企業の姿勢に共感してもらう
- Key5 信頼感の醸成**
共感を積み重ねることで信頼につなげる。顧客の信頼を獲得すると、どこでも買える商品も、ここだから買う商品に変わる
- Key6 安心感の醸成**
信頼感に基づいてリピート来店してもらうことで、売り場に対する安心感を育む
- Key7 つながる**
売り場に共感し安心感を持っている顧客は、オンライン上で伝道師となる可能性がある。これにより長期顧客と新規顧客という2つのつながりを同時に得ることができる



IPmobileとSNSを使った活用方法と接客技術で会員の信頼感・安心感を獲得しましょう!!

顧客管理ソフトは、様々な業種の方々にご利用頂いております。サポートダイヤルでは、お客様からのご要望に応じて、ご提案を行っております。お気軽にお電話を頂き、今のお悩みをご相談下さい。また、成功談も募集しております♪