

経営のヒント182 商売繁盛のヒント

宝石店でポテチを売る!

前から読んでいた本の内容ですが、商売繁盛のヒントですから、ご紹介します。

参考著書 招客招福の法則 小坂裕司 日経ビジネス人文庫より

その宝石店は集客の為に店頭でポテトチップスを売り、チラシにも掲載し、結果は上々だった。店主もポテトチップス(食品)はものすごい来店動機になる。ポテチの意味付けをしてあるため、宝石店にポテチがあってもOKだった。」と言う

この集客策のポイントは3つある。

1つは集客に徹したことだ。

この店も従来、集客を考える際には、宝石をどう売れば集客できるかと「販売」と「集客」をからめて考えがちだった。

しかし今回、店主はまず店に足を運んでもらうことに徹した。

2つ目のポイントは集客にポテトチップスを使ったことだ。

ポテトチップスとダイヤのネックレスのどちらかがお客さんにとって買いやすいだろうか。

集客に徹して商品を選ぶ場合、お客さんにとって買いやすい商品が正解であり、それは今、自店が宝石店かどうかにかかわらず、どんな商品を選んでもいいのだ。

ただどんな商品でもいいと言っても「自店は宝石店」という枠に縛られる必要はないということであって、何でもかんでも片っ端から売るということではない。

それが3つ目のポイントだ。

先の店主の報告に「ポテチの意味付けをしてあるため」とあるが、店主はポテチとの出会い、この町の皆さんに紹介したいという思い、それらをチラシなどを通じてお客さんに語っている。だからこそ、宝石店の店頭でポテチを違和感なく受け入れられるのだ。

こうしてまずは来てもらうことに徹する。

そしてポテチを買ってくれたお客さんとの付き合いが始まる。

そして関係を深め、お客さんとして育てていくのである。

<経営のヒント>

商売繁盛には原理原則がある。

そのプロセスを分解すると、1つの方式がわかる。

集客 見込み客 お試し客 (お試し販売) 顧客 (リピー販売) ファン客 紹介 …というステップです。

この中で一番のポイントがいかに見込み客をどうやって集客するか? である。

そこで、1つ1つの行動のステップを分解してみると、目的と目標が明確になる。

まず、集客のプロセスでの目的と目標は何なのか?

集客して、その集客した見込み客にすぐに販売しようとするから売れないのである。

集客の目的は、見込み客を集客することが目的であり、理想の状態はどんなことか?

これを顧客の立場、視点から考えられれば最高である。