



▼/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/

明日から使える!? 商売繁盛のヒント

サービスコンテンツプランナー 小島章裕

《 vol. 9 》

[おトクトドく便]

特売で活用すると、購入点数が倍増する!?

PC関連から家電、小物、本など、気がつけばほとんどの商品を通販で買っています。便利で品揃えが豊富で価格も安めなら、通販で買ってしまいますね。今、大手ショッピングセンターはどこもネットスーパーを始めていますが、採算がとれるようになるにはまだ時間がかかるようです。さて、中小スーパーでもできる「通販」事業を考えてみました。ポイントは、「見える化」です。

【 おトクトドく便 】 //

店頭の買い物カート置き場に段ボールを置いておきます。段ボールにはこのように表示します（送料は仮の金額）。

この箱でジャガイモ20個（2Kg以下）を東京まで送っても600円！
市内なら300円！！ ※段ボール代込み

つまり、どれくらいの荷物をどこへ送ると、いくらかかるかが目安としてわかれば、「東京の息子へ野菜を送ってあげようかしら」「市内に住む両親へお米を届けてあげようかしら」とイメージしやすくなり、利用促進につながります。商品を集めたり、梱包するのは利用者が自分でやります。段ボール箱と買い物カゴを買い物カートに載せながら、自分で買う商品と送る商品と一緒に集め、会計と一緒に済ませ、袋詰めテーブルで梱包します。梱包したら、その場で

サービスカウンターに出せば完了。送料を多少店舗側で負担してでも安くしたら、お店側は「まとめ買い」が期待できます。おおよそ1カ月分の購入金額で得るポイント分で送料1回分が負担できたら、より利用が促せます。利用者にとっては、普段の買い物金額で送料無料になれば、「プラス1回分の買い物」が増える可能性があります。このように、中小スーパーが大手と同じように通販事業をしても規模やサービスの質の面で競合は難しいので、お客さんにも“手伝ってもらおう”通販事業というのはいかがでしょう。特売に合わせて、上記表示の「ジャガイモ20個」を「キャベツ5個」「お米5kg」などに変えたら、より販促効果も高そうです。お菓子ならどれも軽量なので、「この箱に入るだけ入れ放題で送料300円（箱代込み）！」だったら、おばあちゃんが孫のために買ってくれそうですよ♪ スーパーでも買い物はいつも自宅用だけとは限りません。

*-**

★アイデアコンセプト★
購買目的を増やす

*-**



《**アイデアの解説**》 今までにないサービスを消費者に提案する時は、できるだけ単純でわかりやすい方がいい。セット料金やコミコミパックなど。ターゲットも最初は絞り込む。そして、これを買ったらどうなるか、直感的にイメージできるように具体例も用意します。サービスが普及して、あるいは競合相手が現れたら、選ぶ楽しさや比較検討できるコースを用意します。最初から「選べた方が楽しい」と思うのは売り手の論理。極端なくらいピンポイントに絞り込んだ方が消費者も“残像”が残ります。

※本コラムの内容は作者の意見です。各人の責任においてご利用ください。本件により生じる損害・トラブル等について、一切責任は負いません。

※本コラムの無断転載を禁じます。