



▼/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/

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.16 》

[試飲キャンペーンcar]

離れた客を呼び寄せるなら客の側まで行く。

今年1月に大手ファストフードチェーンが期間限定でリニューアルしたコーヒーを全店で無料提供しました。一度試飲してもらい、他社に流れた顧客を呼び戻すが狙い。しかし、朝の混雑する時間帯に無料コーヒーを求めて来店した客でさらに混雑しないだろうか…？ それにお客を呼び戻すなら、自らお客の側へ行くべき。そこで、大きなお世話ですが、こんなキャンペーンを考えました。来ないならお客のそばへ行くべし。

試飲キャンペーンcar //

ワゴン車を使い、(営業許可を得て) 路上でコーヒーを無料配布します。ワゴン車はラッピング広告をして、遠くからでも目立つようにし、許される音量で音楽・音声も使います。利用客の多い地下鉄の出口や駅前広場、オフィス街など。離れた客を呼び戻したいなら、離れた客のところへ行くのが王道。さらに新規顧客も獲得したいなら、なおさらです。

コーヒーカップにチケットをつけて、キャンペーン終了後にチケットを持って行くとさらに1杯無料で飲めるなら、キャンペーン後の利用も促せます。また、チケットにナンバーを振り、効果測定をすることで、次のキャンペーン時に活用します。美味しい100円コーヒーが近くのコンビニで飲める時代。リニューアルして美味しくなったと訴えても、それほど味の違いがわかる人はいません。

また、「ついで買い」を期待せず、「店内にコーヒー専用のレジ設置！ オーダーから10秒以内でご提供できます」と割り切った方がよいと思います。コンビニで100円コーヒーを買う人を見ていたら、コーヒーだけ買う人が多く、結構慣れた様子。少しでも早く手間がないことを訴えてはいかがでしょう。どうしても客単価を上げたいなら、コーヒーと同サイズのカップに入れたポテトを50円（仮）で提供します。もちろん蓋付き。しかも素早く！ これなら素早くついで買いが促せ、お客側もスマートですよ！

-

★アイデアコンセプト★

お客様の懐に飛び込む

-



《**アイデアの解説**》 お客が離れたということは、お客の記憶から消えてしまったということ。例えば、コーヒーを飲みたいと思ったとき、パツと思いついた候補のうち、少なくともトップ3に入っていないと行くことはないでしょう。お客の記憶にどう留めてもらうか、ここがキャンペーンでも広告（販促）でも重要な点です。ちなみに「コーヒー専用レジ」に関連して、スーパーでは「惣菜専用レジ」を設けてはいかがでしょう。どこのスーパーも惣菜コーナーは充実しており、時間帯によっては惣菜目当てに来店するひとがいます。「専用レジ」を設けることで訴求力が高まるだけでなく、お客も素早く買い物ができるとイメージできます。

※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。