



▼/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/

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.26 》

[3色値札]

あえて示すことで来店したお得感を得る!

料理が好きな私は、よく近所のスーパーへの買出しに行きます。(自分で勝手に料理する時は小遣いからの自腹です・・・)スーパーの商品棚でよく「チラシ掲載商品」という表示を見ます。「チラシ掲載商品」を探しに買いに来るお客さんは助かりますよね。ここで、ふと逆のことを考えてみました。来店したお得感が得られるサービスです。

3色値札

例えば、商品の値札を3色に色分けします。

赤色・・・チラシ掲載情報

青色・・・ネット掲載情報

緑色・・・店内限定情報

赤色のチラシ掲載情報は、チラシに載った特売商品を買いに来たお客さんに便利です。青色のネット掲載情報は、ネットスーパーで買う時の価格が店頭で知ることができ、来店できない時、ネットスーパーを利用するお客さんが増える可能性があります。そして、緑色の店内限定情報は来店したお客さんしか知り得ない特売情報で、タイムセールのほか、訳あり商品、ワゴンセールなどがあります。まあ、当たり前といえば当たりのサービスですが、あえて「この価

格は店内のお客様だけに教えます」と訴えることで、わざわざ足を運んでいただいたお客さんにお得感を感じていただきます。これは食品スーパーだけでなく、家電量販店でも、アパレルショップでも今すぐできますよね。個人的な意見ですが、やっぱりお店にまで足を運んでくれるお客さんは特に大切にすべき。たとえ何も買わなくても来店したからこそ知り得た情報があれば、また来たくくなります。

-

★アイデアコンセプト★

来店のお得感

-



《アイデアの解説》 価格、利便性、緊急性など、消費者が状況に応じて買い物の仕方が選べる時代だからこそ、来店してくれるお客さんは価値があります。そのため、店員さんの対応やお店に来ないと得られない情報（価格など）は重要で、「何かお得感を持ち帰ってもらう」という視点で店づくりをしたら、もっと楽しい実店舗サービスができます。

※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。