



▼/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/

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.29 》

[コラボ・ベース]

全方位で販促に活用できる!

日本農業新聞で面白い記事を読みました。

「苦境が続く書店と知名度不足に悩むブランド牛が、タッグを組んだ。岡山、鳥取両県の対象書店で本を買うと、岡山県奈義町の特産「なぎビーフ」が当たるキャンペーンを展開。相乗効果は抜群で、開始1カ月で3万件を超える応募が集まった。異業種とコラボレーションした新しいPR方法に、生産者は手応えを得ている」(2017.12.19)

いいですね! できることはどんどん挑戦すべし。ダメならまた考えればいいのですから。そこで、記事をヒントにこんな店舗でコラボイベントをしたら、全方位で販促に活用できそうです♪

コラボ・ベース //

店舗は、家電量販店。家電量販店の家電売り場にイベントスペースを設け、

① 簡単な調理スペース、②イスとテーブルを設置します。

例えば、ここで上記記事にあるような「牛肉」イベントを開催するとします。調理器具は、メーカー協賛で新商品の「ホットプレート」。「煙が少なく美味しく焼けます!」焼くと臭いが気になりますが、そこは「空気清浄機(脱臭)」を協賛につけて、「お部屋で焼肉しても臭いが気になりません!」食べた喉が乾くので、食後の一杯の「コーヒーマーカー」や食べながら「美味しいお水」が飲める「浄水器」。「お肉と一緒にサラダもいかが?」とキッチン家電を

上手に使いながら、全方位で販促に生かします。しかし、家電量販店でのイベントの“隠れメリット”は、普段あまりお買い物をしない男性客が値段を気にせず買ってくれそうなこと。価格が数千円の家電やIT機器を見にきて、100グラム1,000円以上のお肉を見ても高いとは感じません。もちろん、だますわけではありません！ 価格は正当な価格ですが、値段ありきではなく、試食して美味しければ買ってほしいのです。スーパーの店頭に並べれば、当然いつも買う肉と比較して、「高い」となりますが、場所・客層が違えば購入機会が増える可能性があります。マーケティングなどの理屈を先に考えると、思い切った企画はできません。潰れない程度にエラーを繰り返し、新たな金鉱脈を探すべし！

-

★アイデアコンセプト★
場違いを探せ

-



《**アイデアの解説**》 いつもの場所にいつもと違うものがある。綺麗に並んだ商品の中に一つだけ違う商品がある。「場違い」「違和感」こそ、記憶に残ります。また、あえて「使いづらくする」「見え難くする」方法もあります。もちろん、苦情になってはいけませんが、売り場に「場違い」「違和感」を取り入れることで広告以上の効果をもたらします。

※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。