

4Kテレビは夫婦セットで提案 来場率30%、成約率80%に自信

—— 森川デンキ (長野県塩尻市) ——

168万円の4Kテレビ
早くも1件予約注文

長野県塩尻市に立地する「森川デンキ」は、ソニーの特約店「e-Sony Shop」をメインに混売スタイルをとる。年商は約1億5,000万円、粗利益率37%、従業員5人体制と、地域店としては規模が大きい。

中でもプロジェクターや音響システムなど高額のアV機器の販売に卓越しており、森川正義社長自身も販売だけでなく、機器の修理や引き取り、中古販売(古物商許可証を取得)まで幅広く手掛けている。

森川社長の並々ならぬAV機器への情熱は、自店に併設している「オーディオバー」なるスペースからも見てとれる。長い時間を掛けて収集したアンティークオーディオを、自身の趣味として飾ってある部屋に、バーカウンターを設置。イベント時にコーヒーなどを提供して堪能してもらうという。

店内には最新のデジタルカメラやパソコン、PlayStationなどが陳列され、常に来店客で賑わっている。来店客に話を聞いたところ「若いお客



◀森川デンキの森川正義社長

が多く集まる店」として地元でも認知されている。

そんな同店は、10~12月の年末商戦に向けて4Kテレビビジネスを立ち上げる構えだ。販売商材は、11月23日発売のソニー製4K液晶テレビの「ブラビア」KD-84X9000(メーカー希望小売価格168万円)である。

4Kテレビは168万円と高額だが、同店はいわゆる「こだわりのあるお客」を多く抱えているので、新しいモノ好きのお客から1件、早くも予約注文を受けた。そのお客は自身が経営する飲食店に設置するために注文したのだという。

同店の4Kテレビビジネスは幸先のいいスタートが切れた。今後の展開も含めた同店の4Kテレビの販促手法を紹介していこう。

まず、4Kテレビを訴求する場となるのが、森川デンキが年に2回、3月と11月に開催している「創業祭」になる。11月に開く今回の創業祭をきっかけに、タブレット端末、デジカメ、パソコン、オーディオ機器を絡めながら4Kテレビの販売につなげていく。

創業祭では、自店客2,000世帯の中から得意客約300世帯を絞り込み、それに向けて案内状を



▲森川社長こだわりのスペース「オーディオバー」。イベント時などに利用する



▲中古のAV機器の取り扱い販売も行っている

出す。そのうち約100世帯が毎回来場する。来場率3割という驚きの数字だ。

来場記念品はエコバック 夫婦は「ご当地ラーメン」

地域店店主がいつも頭を悩ませる来場記念品だが、森川社長はひと工夫して成約率を上げている。それが、夫婦で来場すると記念品が豪華になるという仕組みである。

例えば、そのときの来場記念品が「エコバッグ」だった場合、夫婦で来場したときはエコバッグに「ご当地ラーメンセット」などがプラスされるという具合だ。

夫婦セットで来場してもらうポイントについて、森川社長は次のように説明する。

「旦那さんか奥さん、どちらかと店で商談しても、帰宅したら結局値段の話しか報告しない。



▲HP上でも同店をPR。イベント情報もここで伝える

見積みまでの過程は報告しないので商談が破談になることも少なくない。

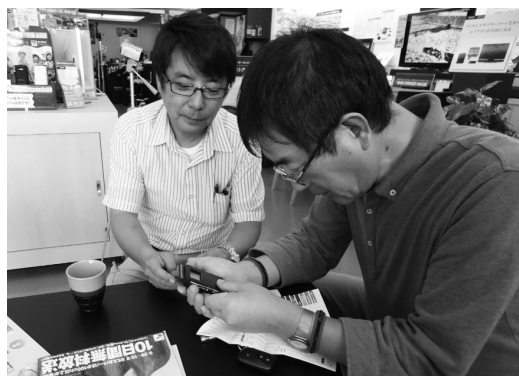
しかし、最初から夫婦そろって来場してもらえたら、その場で決断するので成約率は上がる。ウチはこの手法で、太陽光発電やオール電化などの高額商品を、イベントで30セットほど成約してきた。高額な商品ほど夫婦セットで商談した方が効果が出る。夫婦セットの成約率は80%以上といってもいいぐらいだ。

同店はこのような仕掛けを織り交ぜながら、11月の創業祭でも、4Kテレビを実際に店頭展示しながらその感動を訴求していく。

また、4Kテレビはその映像の美しさや感動に森川社長自身がほれ込んでいることもあり、得意客だけではなく新規客にも積極的に提案していくという。

具体的には、店がある塩尻市全世帯を対象とした「テレビの無料点検サービス」の実施であ





▲取材中もお客が修理の相談に訪れた。冗談を交えつつ4Kテレビも勧めていた

る。アナウンスは、ポスティングや新聞の折り込みチラシを利用する。

地デジに移行してからもテレビがちゃんと映っているかの点検作業がメインだが、実際にお客宅に上がれば4Kテレビが設置できるお客かどうかの見極めにつなげる。

もちろん、テレビや白物家電の買い替え、リフォーム、太陽光設置に適した家かどうかの把握も同時に行っていく。

4Kテレビの見込み抽出に「羅針盤」の「多重検索」

4Kテレビや住設商材をお客に提案するためには、顧客データを詳細に分析して、それを販促に生かすデータベースマーケティングが欠かせない。顧客管理の重要性を以前から強く意識していた森川社長は、2011年11月にそれまで使用していた管理ソフトから、新しいソフトに切り替えた。

それがメディアネットワークジャパン（東京都北区・03-3906-3561）の経営情報販売管理システム「羅針盤総合管理Pro」だ。羅針盤は、さまざまな角度から顧客情報を管理し、お客のソリューションを解決できる地域店経営に特化したソフトである。

それまで使用していた管理ソフトは、顧客情



▲羅針盤の検索画面。多項目にわたって条件検索ができる

報を基にしたマーケティングが十分にできなかった。羅針盤は、自店が抱える大量の顧客データを「多重検索」して絞り込める。森川社長はその機能に魅力を感じて導入を決意した。

多重検索とは、羅針盤の管理項目にある「顧客」、「売上」、「保有」など複数の台帳から多項目にまたがって条件検索できる機能だ。例えば、お客の保有履歴を検索する場合、「テレビを持ち、レコーダーを持っていない、デジカメを持っている」など「肯定/否定」を加えた多角的な検索ができる。

森川社長は、羅針盤の多重検索によってAV機器、白物、住設商材など、各商品の見込み客を抽出している。例えば、先述の4Kテレビの見込み客は「100万円前後のAV機器購入客」、「保有履歴」、「趣味／カメラ」などの多重検索で絞り込んだ。

一般的には、カメラを趣味にしている人をテレビの購入に結び付けるのは難しいように思えるが、森川社長は「デジタル一眼カメラ『α 99』（10月26日発売、実売想定価格30万円）で撮った写真を最も綺麗に再現できるのは、現像ではなく4Kテレビなんです」とお客に伝えた。

この提案が功を奏し、4Kテレビの見込み客は10月半ばの段階で5件。精度の高い「多重検索」も、森川デンキの4Kテレビビジネスを下支えしている。