



かわら版やブログで接点増加 悩みを聞いて売り上げアップ

自然豊かな山林に囲まれたエリアに立地する「たなかでんき(アトム電器 丹南古市店)」は、ニュースレターやブログ、イベントでお客との接点を増やしている。07年に加盟したアトム電器チェーンの「特選品カタログ」と顧客情報管理ソフト「羅針盤」で、お客のニーズを取りこぼすことなく販売につなげ商圏での存在感を高めている。



JR大阪駅より福知山線で約1時間、兵庫県篠山市の古市駅から歩いて10分ほどの場所に立地するのが地域電器店「たなかでんき(アトム電器丹南市店)」である。

創業は昭和34年。商圏は、総世帯数が200世帯程度の、豊かな山林に囲まれた小さな集落である。商圏が小さいため、丹南地区(約6,000世帯)にまで拡げて活動している。

そんな同店は、7年前に系列メーカーを離れてアトム電器チェーンの門を叩いた。ワンメーカーのみの訴求ではお客のニーズに沿えず、販売のチャンスロスなどで売り上げが落ちていたためだ。「店の規模縮小を何とか止めたい」。同店の店主、田中徹社長の一大決意だった。

「いまでは全メーカー取り扱いをうたえる。また家電量販店とは違い、小物家電であっても購入したものは自宅まで届けるので、それも差別化ポイントとしてお客に認知されている」と、田中社長は商圏内で同店の存在を高めている要因について語った。



たなかでんき
(アトム電器
丹南古市店)
田中 徹 社長

所在地	兵庫県篠山市
年商	約3,000万円
粗利率	35%
店舗	15坪
顧客数	600世帯(稼働300世帯)
従業員	2人
系列	アトム電器チェーン



お客とともにつくる ニュースレター

さて同店が、普段お客に対してどのような接点維持活動を行っているのか見てみよう。

まず、毎月アトム本部から配布される「特

