



ノウハウ 最前線

見込み抽出は
羅針盤で行う



ニュースレターとPCサービス 2つの手法でお客との接点増やす

兵庫県西脇市に立地する「アトム電器西脇小坂店」は、家電不況による売り上げの落ち込みを阻止するため、「パソコンクリーニングの出張サービス」と「ニュースレター」の発行という2つの手法を駆使してお客との接点を増やしている。これら2つの手法を足がかりにお客のデータを蓄積、住設や家電の見込み客を「羅針盤」で抽出する。

兵庫県西脇市、国道346号線沿いに立地する「アトム西脇小坂店」は、今年で創業42年を迎える地域店だ。

同店は、橋間直樹社長と二人の息子、祐一さんと寛さんの3人体制で切り盛りしている。年商は約3,500万円、粗利率は35%。店の売上構成比を見てみると、家電販売5割、電気工事5割という割合で、粗利率が高いのは電気工事の比重が高いためだ。

そんな同店は、6年前の2007年4月にメーカー系列店からアトム電器チェーンに加盟した。商圈内に次々とオープンする家電量販店を脅威に思い、ワンメーカーのみの取り扱いに限界を感じたからだ。

「うちのような小規模経営店で販促を展開するには限界がある。アトムは販促ツールが充実していて毎月本部から送られてくるため、自店の認知度を高めることにとても助けられている」と語るのは、次男の寛さんだ。

アトム電器としてリニューアルオープンした当初は、アトムの「特選品カタログ」を自店の既存客を中心に、600世帯にまいた。特に得意客からはリニューアルした同店を認知してもらい引き続き利用してもらえるようになった。

また、カタログを見た新規のお客からは、調理家電や電球など小物商品を中心に少しずつ注文をもらえるようになっていった。



アトム電器
西脇小坂店
橋間 寛さん

所在地 兵庫県西脇市
年商 3,500万円
粗利率 35%
店舗 30坪
顧客数 400世帯(稼働)
従業員 3人
系列 アトム電器

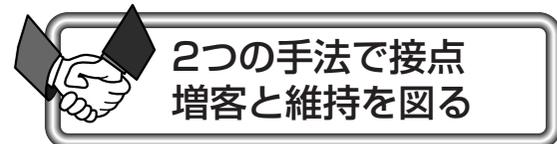


▲同店の「出張パソコンクリーニング」のチラシ。店頭ではラミネート加工して商談スペースなどに置いている

新規のお客も、アトムのチラシを見て問い合わせをすれば、すぐに対応してくれる同店を、周囲の競合店とは違うと見てくれたようだ。やがて、小物商品などからリフォームなどの住設商材へ話が進むケースも徐々に増えていった。

アトム加入前の同店の年商は3,000万円を切ることもあったが、加盟後の年度末決算(07年3月)では年商3,600万円まで高まった。およそ20%の増収である。

しかし、11年の地デジバブル崩壊によっていったん減収を余儀なくされた。現在は、お客の維持と増客を目的に2つの手法を駆使して、家電不況による落ち込みを食い止めようと奮闘している。



2つの手法で接点 増客と維持を図る

まず1つめは、実際にお客宅へ訪問のきっかけとして実践している「パソコンクリーニングの出張サービス」だ(写真①)。主な営業

活動はパソコン関連に詳しい長男の祐一さんが行う。

出張サービスのPRは、チラシなどで訴求。その内容を見たお客が問い合わせをして、同店がお客宅まで出張するというわけだ。

チラシには、ホコリだらけのパソコンとピカピカにきれいになったパソコンの2つの写真を「ビフォーアフター」として掲載。パソコンクリーニングの工程を詳しく説明している。

「クリーニングをすることで、故障を未然に防いだり、運転効率が高まることで節電につながります」と、クリーニングの重要性を訴える説明文も添えている。

また、出張サービスには出張費として最低1,050円を徴収することも心掛けている。無料サービスの一環ではなく、細かくても出張費を徴収することで粗利を積み重ねていくからだ。こうした積み重ねも、同店の粗利率の高さに一役買っている。

もちろん出張サービスはお客宅へ上がり込める貴重な機会。パソコン以外にも家の状態をさりげなく確認して、リフォームやほかの

家電の提案につなげることも忘れず実践しているという。

2つめの手法は、ニュースレターの発行だ(写真②)。毎月お客に配る特選品カタログに挟み込み、稼働客約400世帯にまいている。主な内容は、お客のお困りごとを解消しますといった、いわゆる「お困りごとチラシ」のようなものである。

例えば2013年6月号では、「困ったときの貸し出しサービス」

というテーマで、デジタル補聴器や洗濯機、石油ボイラーなどいつでも貸し出しできることを紹介。また、紙面の右端には数字パズルを載せて、正解者の中から粗品をプレゼントする企画も行っている。これは訪問時に、お客との会話のきっかけにもなる。

同店は、商品の訴求はアトムの特選品カタログに任せて、カタログには載っていない自店のサービスの内容はニュースレターで補完して、お客との接点維持活動を展開している。



保有履歴や見込みの抽出も羅針盤で

一方、寛さんはアトム加盟と同時にデータ・ベース・マーケティング(DBM)の手法を実践したいと考えた。しかし、店の顧客管理は、それまで加盟していた系列メーカーのシステムを利用していたため、アトム加盟とともに使えなくなってしまった。

そこで注目したのが、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」。羅針盤は、さまざまな角度から顧客情報を管理して、地域密着型ビジネスを展開する電器

2013年6月号 **アトム西脇小坂店**

困ったときの貸し出しサービス

家電製品が急に故障してしまった
無いです。届いて購入して失敗するのイヤ!
そんな方の為に冷蔵庫・洗濯機から石油ボイラーまで
いつでも貸し出しできるように無料でご用意しています。
困った際は一声お掛け下さい。

家電製品が急に故障してしまった
無いです。届いて購入して失敗するのイヤ!
そんな方の為に冷蔵庫・洗濯機から石油ボイラーまで
いつでも貸し出しできるように無料でご用意しています。
困った際は一声お掛け下さい。

ひとつでも心あたりのある方はぜひご相談ください。

こんなお悩みはありませんか?
軽度難聴 小さな話し声が聞き取りにくい
中等度難聴 普通の会話が聞き取りにくい
高度難聴 大きな声でも聞き取りにくい

最新型 デジタル補聴器 7日間無料貸出

専門スタッフがご自宅まで伺います。
補聴器と集音器はちがいます。

補聴器
- 難聴に合わせた音質調整機能があり、聴覚安全が保証されています。
- 1-1.1の音圧増幅機能で、つかつか聞き取れない問題も解決できます。
- カラフルなカラーリングも選べます。

集音器
- 音量が大きいので、聴覚や安全を考慮してはなりません。
- 音量の調整はつかつかのみの範囲で、聴覚の調整はできません。
- 家庭用電源や充電が不要で、安価で購入できます。
- 補聴器と違い、一般的に定期的なメンテナンスや
調整・交換が必要ないサービスを受けられます。

お客様へのお約束

1. メーカーお取り扱い、保証はメーカー保証
2. 購入時のどんなお悩みにも親切に対応させていただきます。
3. 使用説明も親切に丁寧に致します。
4. 修理・工事も大歓迎です。

電球1個からお届けします
プレゼントクイズ

8	9	1	7	5	4	2
			5	2	8	9
			9	1		
6	2	5	8	1	3	
		3	9	1		7
		8	6	7		4
	2	6				
	8	9	7	2		
3	6	1	4	5	7	8

ハシデンキ

▲ニュースレター。店のサービスを真摯に訴求する内容となっている

店経営に最適なソフトである。

羅針盤は、2007年のアトム加盟と同時に店のパソコンに導入した。

羅針盤を導入して寛さんが実践したかったことは、膨大な顧客データの中からお客の保有履歴を検索して、商品提案につなげる手法だ。

最初は検索の仕方などが分からず暗中模索の状態だったが、羅針盤に搭載されている遠隔操作機能などを活用して、メディアネットワークジャパンからのサポートを受けつつ徐々に使いこなしていった。

現在は、商品別の見込み客を羅針盤から多重検索して、ニュースレターや特選品カタログを送付する際のお客リストを作成したり、パソコンサポート業で接点が生まれたお客のデータをメモとして入力しておき、リフォームや家電の提案を行う際の参考にも活用している。接点維持活動をうまくサポートする形となった。

「お客との接点をもつ手法もこなれてきて、羅針盤とも連動して売り上げにつながるようになった。今後はもっと攻めの営業で商圏での自店の存在を高めていきたい」と、寛さんは決意を新たにしている。