



こんにちは、プリンティング・アドバイザーの石黒智子です。

お仕事の景気はいかがですか？ 2・8月(にっぱち)の閑散期で売り上げが伸び悩んでいませんか？ 今日、どうしてもできてしまうお仕事の波を「アイデアで乗り越えよう!」というお話です。

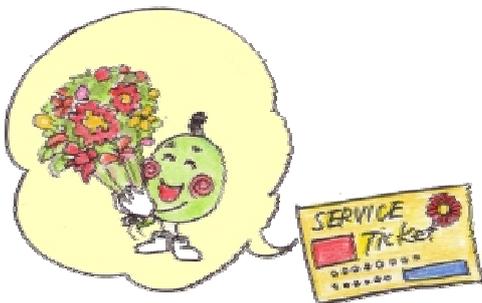
そのアイデアとは「クロスブランド・プロモーション」というものです!なじみのある言葉で言いますと、タイアップ企画です。以前「牛井の吉野家」と「ファミリーマート」と「サントリー」が、これに取り組んで大成功しました。「ファミリーマート」で「サントリー」のダカラ、リモーネ、リプトン紅茶のいずれかを買くと、「吉野家」で半熟卵か味噌汁のどちらかが無料になるチケットが付いてきます。また、「吉野家」で牛井を食べると「ファミリーマート」へ行ったときに「サントリー」が指定した賞品を50円引きで購入できるチケットがもらえます。無料の卵と味噌汁だけを食へに来る人はいませんし、サントリーも商品を絞って売り込むことができます。もちろんファミリーマートも手間をかけずに売り上げがアップします。

私はこれを、地元の商店に仕掛けたことがあります。それは、床屋さんと居酒屋さんです。

床屋さんでカットをすると、ご近所の居酒屋さんでビールが割引になるチケットがもらえます。居酒屋さんでは、お店が指定したおすすめ料理をオーダーすると、床屋さんでハンドマッサージをしてもらえるチケットがもらえます。お客様は、床屋さんで頭をさっぱりするとビールの割引券をいただいて「ちょっと一杯やって帰るか」という感じです。居酒屋さんでは、利益率が高く手間ひまのかからない「おすすめ料理」がたくさん売れてホクホクです。さらにお客様は、床屋さんで「特別な癒し」のサービスを受けられてにっこりです。また、その床屋さんが売りたかった商品は、はじめたばかりの「メンズエステ」でした。

ハンドマッサージの最中にメンズエステの気持ちよさをアピールしたら、実際にオーダーが増えました。

この企画の成功の鍵は、「強みと弱みを組み合わせること」です。売りたい商品と売れる商品はイコールではありません。売りたい(儲かる)商品は何か、手間をかけずにお客様がお得と感じるサービスは何か、それを良く考えてから2つを組み合わせることで仕掛けることです。



美容院でカラーリングをすると、お隣の花屋さんでプチ花束がもらえる。お花屋さんで1000円以上のお買い物をする、喫茶店で2時から5時まではプチデザートが付く。喫茶店でランチを食べると、美容院でプチトリートメントをしてもらえる。

お花屋さんのプチ花束は、仕入れ過ぎてしまったお花で十分ですし、喫茶店では、1個30円程度のカップケーキに生クリームをひと搾りすれば立派なプチデザートとなります。[2人までご利用OK!]とすれば、お友だちを誘って来てくれます。美容院のトリートメントは、

専用の液剤を1本用意するだけです。トリートメントをしながら、その液剤の効能を説明してそれとなく売り込むこともできます。

人は、行動の言い訳を探しています。言い訳があると行動しやすいのです。その言い訳を、サービスチケットやイベントなどで作ってあげるのです。お客様に「いつもよりちょっと贅沢な商品」をどのように提案するか。閑散期にどうやってお客様を呼び込むか。値引きだけではない、みんながうれしいサービスチケットなのです。是非、みなさんも頭をひねって楽しい企画をしてみてくださいはいかがでしょうか。