

ラベル印刷はじめました。

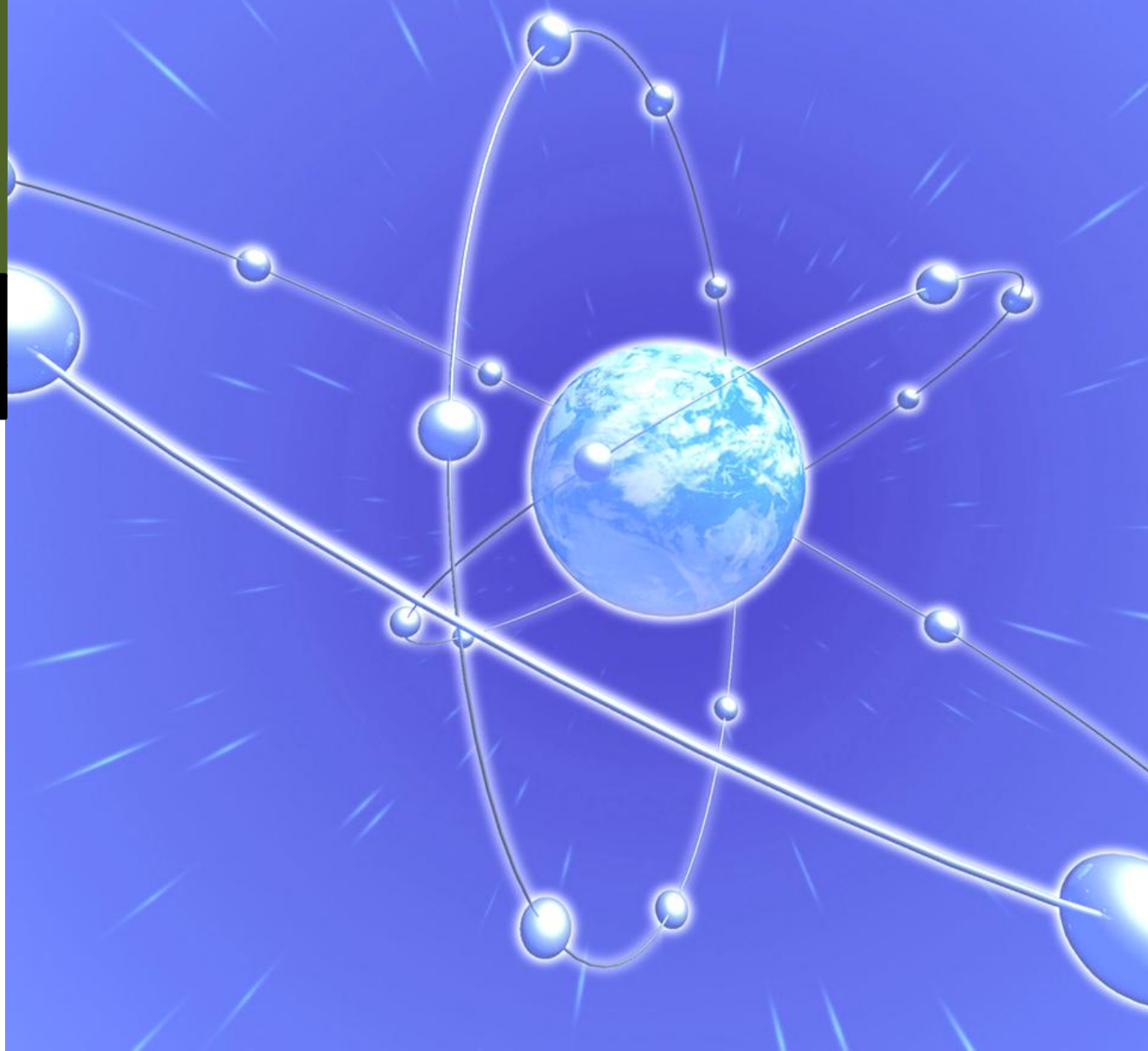
近年スマートフォンなどモバイル機器の画面の表現力が向上し、紙に匹敵する表現力を持つようになってきました。それに伴い、ホームページや画像付きのメールなどの情報発信はますます強力なツールとなってきています。しかし、実際に手にとって触れて体感しながら見たり読んだりする「紙」のメッセージは、電子化されたものとは別の趣きを感じます。そうした「味」を持つ郵送物の活躍する場面もまだまだあるんじゃないでしょうか？クリスマスカードや年賀状、新商品のご案内など、お客様への葉書や封書をたくさん送付する場合

は、宛名ラベルを作成すると便利です。この度「リウムスマイル！」では登録されている顧客名簿から、様々なしぼりこみ条件で宛名ラベルを作成することができるようになりました。システム利用で効率化して生まれた時間で、お一人お一人のお客様へのメッセージを手書きで添えられるなどされてはいかがでしょうか？



藤田憲一  
取締役最高技術責任者

こないだ趣味でやってる草野球で超ファインプレーしました。



最近ミニマルなデザインという言葉をよく目にするようになりました。

余計なものを取り除き、装飾的な要素を最小限に押さえたデザインということらしいです。装飾をできるだけ使わないということは簡単にデザインできるのでは？と思いますが、いざミニマルなwebサイトを作ってみると難しい！！

装飾を使わない分、要素と要素の余白を考えたり、フォントの大きさに気を使ったり。装飾を使った方が楽！と思う程でした。

リウムスマイル！のデザインスキンにもミニマルなデザインスキンを増やす予定(現在制作中)です！すっごくシンプルなデザインですので、家具屋さんやポートフォリオサイトなど写真をたくさん使われる方にピッタリだと思います。お楽しみに！

WEBデザイナーのーちゃんの  
デザイン  
のある生活

ミニマルなデザイン！



のーちゃん  
WEBデザイナー  
母の手助けにより、早々に大掃除終了！これで年末年始、ゆっくり過ごせます！



じゃすみん  
研修生  
一人暮らしを始めてから無駄に家具家電が欲しくなります。脳裏をよぎる「節約」の二文字…。

研修生じゃすみんの  
オミセラブ修行日記

少しずつ慣れてきました！

リウムに研修に来て早1ヶ月経ちました。仕事に集中していると月日が経つのをとても早く感じます。たった1ヶ月、されど1ヶ月でまだまだ危ういところもありますが、最初の時よりも徐々に仕事に慣れ始めました。

リウムスマイル！に関して私は初心者なのですが、少しずつ触っていくうちにスムーズにHPの更新などができるようになりました。何事も最初は上手くないからこそ、トライ＆エラーで慣れていく事が大事です。



# 「場の力」が活かせる時代へ 位置情報サービス



代表取締役お客様係  
穂口大悟  
朝一、水をかぶるのが習慣です。コレ言うとみなさん驚かれますが、慣れれば誰でもできます。ええ。

# 1年の計は1月にあり！



1月は新しい年の始まり。誰もが新たな気分で一念発起するものです。お正月気分の高揚感と新年のフレッシュな気分が消費を後押しします。  
 ・年末商戦からの素早い切替  
 ・顧客単価向上による2月のダウン対策  
 を心に留めて日数も少なく、売上が落ち込みがちな2月を前にスタートダッシュを決めましょう。

## ●1月のキーワード

平年の気候データと比べて、体感的な寒さを販促に活かせるの良いですよ！

## ■お年玉

おもちゃ・文具等こども用品 対応売場づくり

## ■成人の日

お祝い・二次会・オードブル・デジカメ用メモリ

## ■新年会

幹事さん優待・鍋コース

## ■旬の魚介類

鍋料理等の旬の魚介のレシピ提案

## ■受験生応援

夜食(インスタント食品)・カイロ・栄養ドリンク

## ●1月の気候 寒さのピーク！

最低気温が零度以下の日は特別な寒さ対策が必要です。お店の設備や装備などを見なおしておきましょう。

	平均気温	最高気温	最低気温	相対湿度
上旬	6.4	10	3.1	62
中旬	5.8	9.3	2.6	60
下旬	6.0	8.8	2	5.3

大阪 1971~2000 の平均値 気象庁HP気象統計情報

1月は寒さも本格化し、体調を崩すお客様も多くなります。お客様の健康への配慮はもちろん、お店のスタッフさんの健康への配慮も忘れずに行い、いつでも元気一杯のお店づくりを！

# ピックアップイベント

## お年玉



お年玉の全てが消費に回るとは限りませんがターゲット層関連の商品を提案することが重要です。お正月の楽しい雰囲気を更に盛り上げるような販促企画を打ち出したいものです。

## 成人式



近年成人式での行き過ぎた騒ぎがニュース等で取り上げられ問題になっています。裏を返せばそれだけ盛り上がっているということ。ここを商機と捉え販売促進の準備をしたいものです。

## ワンポイントアドバイス

### メール配信では、「人」を見せよう！

お客様へのメール配信は確かに便利です。ですが、ややもすれば冷たい印象になってしまいがちです。そのような印象を避けるためにも、「誰が」配信しているのかを前面にだしてメール文面を考えましょう。

個人的な趣味や近況の話も良いですし、メールでおすすめる商品やメニューへの個人的な想い入れや、こだわりなどをメールに表現するようにしてみましょう。お客様の反応が本当に違ってくるよ！！



## 「場所」と「ネット」がくっついた！

最近、「位置情報サービス」の発展が凄まじいです。いろいろな捉え方があると思うのですが、僕はお店というビジネスにとってプラスなんじゃないかなあとと思っています。

では、お店にとっての「位置情報サービス」とはどんなものなのでしょう。下の図は位置情報サービスの典型的なお店での利用法である「チェックインクーポン」のしくみです。

これまで、「お店＝現実世界」、「ホームページやSNS＝仮想世界」とバラバラに存在していた2つの世界が「位置情報」というものにより結ばれ、両世界のメリットをお互いに享受できるようになった！という感じです。

つまり、現実世界での「体験」の素晴らしさと、仮想世界での情報伝達の簡単さが組み合わさったのが「チェックイ

ンクーポン」のしくみです。お店で「美味しい！」「きもちいい」「得した！」などの体験が瞬時にネットに伝達され、その人の繋がりに伝播していくのです。

## 「場」を持つことが強みになる時代がくる

位置情報サービスのバクハツ的な発展は、GPSを搭載した携帯電話やスマートフォンの普及が起爆剤です。そして、今後もこの流れはしばらく続きそうです。

「チェックインクーポン」以外にも様々な位置情報サービスが出てくるでしょう。今後、どのような位置情報サービスが現れるかは予測不能ですが、お店という「場」をもっていること、それだけで「場」がないネットショップ等と比較して強みになる。そんな時代になっていきそうです。

## 位置情報時代に お店が生き残るには？

1.お店での体験を磨く  
お店のウリは「現場」。ナマの体験の質を磨き魅力度をアップさせておくことが競争力のみなもとになります。

2.お客様が行動する理由を用意する  
お客様に位置情報を公開していただいたりするわけですから、お客様へのインセンティブも用意しなければなりません。

3.コミュニティに積極的に参加する  
ここがポイントで、位置情報サービス利用後のフォローやお客様コミュニティへの積極的な参加が「場」の強みを更に活かすことになるのです。

## 2012年は位置情報サービスが要チェックですよ！

### チェックインクーポンのしくみ

お腹減ったっすー  
この辺にお店はないっすかぁ～

検索！

得したっす～

チンチャオロース 半額

よさそうなお店発見！  
クーポンもある！  
お店でチェックイン！っす～

ムリス君が、お店にいることがネットで伝わる

ムリス君ッ！  
ご飯も食べないと  
駄目だッ！  
ハートを燃やすんだッ！  
今から僕も行くから  
待っててくれッ！

ワシも食べたい・・・  
今からソコ行こかな・・・

### 次世代位置情報サービス shopkick

人間には聞こえない周波数の音を認識して位置情報を取得する・・・という、より高精度な位置情報サービスの実験が始まっています。お店のあるコーナーに来たらクーポンがゲットできる・・・等の、より高精度な位置情報を利用できる予感です。

### リウムでのチェックインクーポン実験のお知らせ

リウムにチェックインすると・・・  
選べるプレミアムドリンクへアップグレード！

お店で使えるような位置情報サービス。リウムでも実験的に利用してやるうじゃないか！と思いたち、先程クーポンを仕込んでみました！リウムに

ご相談などでおこしになられた際にfacebookの「チェックイン」を行なっていただくと、通常お客様にお出しするお茶を「選べるプレミアムドリンク」にバージョンアップさせていただきます！（もちろん無料！）  
リウムにおこしの際はぜひ「チェックイン」にチャレンジしてみてくださいね！  
(※右のイラストはイメージです)