システム開発裏話

価格比較サイトよりもお店に足を運んで買う理由

デジカメを購入しました。ミラーレス一眼カメラと言うやつです。随分前から欲しかったのですが、カメラの知識が全く無かったので、色んな製品のカタログを読んだりネットの使用レポートなどを読み漁ったりする日々を長々と過ごしておりました。

やっとのことで候補をしぼりこんだのですが、どうも自分が選んだカメラとレンズの組み合わせは一般的では無いようで、「何か間違ってやしないか？」と不安がたっぷり。そこで、詳しい人にアドバイスをもらいたくて家電屋さんへ足を運びました。

デジカメ売り場の店員さんに自分がカメラについて持っている基本的過ぎて、あるいは、マニアック過ぎてネットのどこにも答えが載っていないような疑問を全てぶつけてみました。すると、その全てに打てば響くような、素早く明解な回答をくれる店員さん。凄いよ店員さん！

一気にその店員さんへの信頼感が高まったので、続けて冒頭の一般的で無さそうな自分の考えについてどう思うかアドバイスを求めたところ、店員さんは「うーん…」としばらく考えて、「アリですね。決して多数派では無いですが、アリだと思います！」の力強い答え。ありがとう店員さん！

不安が晴れてスッキリしたのでその場でデジカメを購入しました。価格比較サイトなどで安いネットショップを探せばさらに数千円から数万円安く買えたりするんですが、個人的にはこのスッキリ感の付加価値はその差以上です。ただ、惜しむらくは今後新しいレンズが欲しくなった時など追加オプションが欲しくなった時に、同じお店に行ってもここまでのやり取り、経緯などは一切クリアされてまた一からの可能性が高いこと…。

カメラの使いこなし術から、メンテナンス、オプションの購入アドバイスまで、このデジカメを選んだ経緯からすべてを把握してくれてる人、お店があったとすれば、強力な付加価値なのにな と思ったりするのですが…。

弊社のリウムスマイル！は、そういうお店を増やしたくて作り始めたツールです。「リウムスマイル！磨くぜ、広げるぜ」、そういう思いを強めた買い物でした。

藤田憲一
取締役最高技術責任者
タイガースの補強が変。

WEBデザイナーのーちゃんの デザインのある生活

御節料理

あけましておめでとうございます。
お正月と言えば、御節料理。御節料理は、江戸時代頃からあり、今と少し形は違いますが行事としては、なんと奈良時代頃からあったそうです。
御節料理って、ほんとうに綺麗ですね！

鮮やかな色使いもそうですが、詰め方、切り方、盛りつけ方、すべてに工夫がされていて、どれもすごく手をかけられています。お重の中に、たくさんの種類が詰め込まれていますが、ゴチャゴチャには見えません。目立たせるものも、ちゃんと目立っています。

デザインとして改めて見ると、１つの作品になっていますね！御節料理をヒントに、また新しいデザインスキンを考えてみたいと思います！

のーちゃん
WEBデザイナー
今年も、リウムをよろしくお願いいたします！

じゃすみんの オミセラブ修行日記

じゃすみん
WEBデザイナー
あけましておめでとうございます！

写真加工を簡単に

最近無料で写真加工ができるWEBサービスが増えています。自分で撮ったお店や商品の写真などをアップロードするだけで自動できれいに補正するサービスや、切抜き画像を回転する機能がついたサービスなど多種多様です。今まではフォトショップなどの有料ソフトを買ったり、無料ソフトをダウンロードしないとできなかった写真の加工がお手軽にできるようになったので、「写真を撮ったのに色が悪い」「ぼやけた写真をきれいにしたい」「簡単に加工したい」という方は是非一度試してみてはどうでしょう？

月刊オミセラブ2013年　2月号

有限会社リウム　〒550-0005　大阪市西区西本町1-6-9川田ビル202

月刊オミセラブ
2
2013
平成25年01月15日発行
発行　有限会社リウム
編集人　穂口　大悟

月刊 オミセラブ

2013/February

2月号

お客様フォローのための自主開催イベントにチャレンジ！

特 集

お客様フォローのための自主開催イベントにチャレンジ！

代表取締役お客様係
穂口大悟
お正月から長男、次男と同じ部屋で寝ています。朝、奥さんが部屋に入ってきた時「クサっ！」と言われました。

さてさて、年末年始の忙しさも薄れてきたでしょうか。どの業界も年末年始はそれなりにお忙しくなるのと同様、2月のご来店は若干落ち着きます。そんな時にこそ現在来ていただいているお客様を大切にする準備を行いたいものです。
今回僕がおすすめするのは、「自主開催イベント」。それも「お客様のフォローのための自主イベント」の開催です。

イベントは有効なお客様フォロー手段

お客様のフォローというとメルマガやダイレクトメールなど、情報提供的なことを一番に思い浮かべるのが普通です。しかし、情報提供はあくまでも「情報」の提供。効率的だしお客様フォローとしては良いのですが、お店の一番の強みは「現場がある・リアルに会える人がいる」ということ。だから、現場に来ていただき、実際にお話するのが一番効果の高いフォローになるのです。しかし、お客様と実際にお会いしようとすると、ご来店いただいてサービスを購入していただくしか選択肢がない。この状態を解決するのが「お客様フォローのための自主開催イベント」なんです。

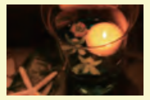
お客様フォローのためのイベント事例

では具体的にどんなお店ではどんなイベントを行えば良いのでしょう。リウムのお客様のお店での事例をご紹介すると・・・・

■ **居酒屋さんの新メニュー検討会**

常連のお客様を中心として、春夏秋冬の新メニュー試食会。お店としては新メニューの率直な感想を直接お聞きしてメニューの開発に活かせるし、お客様も自分の意見が取り入れられるとお店への愛着が高まるというオイシイ企画。毎回参加するお客様で満席になるという人気イベントです。

■ **アロマサロンのクラフト教室**



メインサービスはアロマトリートメントのサロンさん。お客様の来店間隔1ヶ月〜1ヶ月半と長いため、その間のフォローとして気軽に参加できるアロマコスメの手作り教室を毎月開催されています。お客様同士が仲良くなり、口コミが広がるという効果も出ています。

■ **カラー講師さんのランチ会**

過去にスクールを受講したOBさん、現在の受講生さん、これから受講を検討中の方が気軽に交流できるランチ会と先生によるプチ講座を開催されています。OBさんが検討中の方に受講を薦めてくれるなど売り込みにくい職種であるスクールのよい紹介手段になっています。

どうです？そんなに難しいことやってないでしょう？ちょっとした工夫とひと手間で、効果的なお客様フォローのためのイベントが行えるんですよ！

お客様のための自主イベント企画のポイント

じゃあ、実際にお客様のための自主イベントをやってみよう！と考えたあなたのために、イベントを企画する時におさえたい3つのポイントを事例からまとめてみました。

1 今のお客様に喜ばれる内容にする

イベントの目的はあくまでも「今のお客様をフォローしてファンになっていただく」こと。だから今お店に来ていただいているお客様が喜ぶ内容にしなければなりません。ここを欲張って「新規のお客様も・・・」とか考えると軸がブレて魅力度の高いイベントになりません。

2 お客様と見込客様が一緒に参加できること

しかし、新規のお客様も来て欲しい。だから企画自体は見込みのお客様やご新規のお客様の参加もOKにしておきます。今のお客様同士、今のお客様と新規のお客様が仲良くなれるような内容だとなお良し！です。

3 その後の来店につながる「しかけ」も用意しよう

イベント自体がお客様フォローなので、ここで欲張り過ぎは良くないのですがご参加された方が次に自然にご来店いただけるような「しかけ」も用意しておきましょう。
「試食会で開発したメニューの割引券配布」「手作りアロマコスメでトリートメントを行う特典」などなど自然にご来店につながる告知ができれば良いですね！

冒頭でも述べましたが2月はじっくり未来への取り組みができる時期。
是非今年は、お客様のための自主イベントの開催にチャレンジしてみてくださいね！

2月21日(木)お客様フォローのための自主イベント企画を立てよう！勉強会

5名様限定

自主イベントをやってるお店も、やったことないお店も、「お客様フォローを目的としたイベント企画」を考えてみませんか？

参加さんみんなでアドバイスしあいながら、お客様に喜ばれてファンが増えるイベントを考えましょう！

勉強会の内容
- イベントの4つのパターン解説
- イベントネタ分析
- イベント企画シートでの検討
- 個別アドバイス

日時 2月21日 木曜日 14時〜16時
定員 5名様　**場所** リウム事務所

会社名 屋号	
お名前	
連絡先 TEL	

FAX 06-6319-8080

季節のタイムリー感を販売促進に利用しよう！
使える！お店のData集 2月

既存のお客様を大事にしよう!

2月は日数が少ないこともあり、統計的に見ても
飲食店・サロン・小売店の全分野で消費が落ち込む月です。
気候的にも厳しい寒さの為外出も少なくなります。

新規のお客様がご来店しにくい時期だからこそ、
既存のお客様に思い切ったサービスを行い、
春に向けての賑わいのあるお店を演出できるようにしましょう。

●2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と良いですよ！

■冬物バーゲン
おもちゃ・文具等こども用品 対応売場づくり

■卒業式
子供フォーマル・婦人フォーマル

■新年会
巻き寿司・春のパンまつり（菓子パン・食パン）
日本酒 カキ・ふぐ・かつお・イチゴ

■バレンタインデー
服飾小物

■花粉症対策
のど飴・サプリ・のどスプレー・ティシュー

●2月の気候

寒さのピーク！
1月から2月の初旬にかけて寒さのピークを記録した後は徐々に春へ。
店頭でも春の気分を先取したいですね。

	平均気温	最高気温	最低気温	相対温度
上旬	5.2	8.8	2	60
中旬	6.3	10	2.9	61
下旬	6.3	10.2	2.8	60

大阪(1971~2000の平均値)　気象庁HP気象統計情報

ピックアップイベント

まるかぶり

「まるかぶり」はもともとは関西地方の風習が近年全国に広まったものと言われています。関連商品として「恵方巻きロール」等も開発されており、巻ずしだけのイベントから広がりを見せています。

バレンタインデー

もともとは家族や身近な人への感謝の贈り物をする日だったようですが、チョコレート業界のキャンペーンにより、女性が意中の人にチョコレートを送るイベントとして定着しました。

ワンポイントアドバイス

お仕事ギャラリーでホームページ更新

ホームページの更新ってネタがないですよね。
そんな時に役立つのが「お仕事の結果を公開すること」。
業種にもよりますが「今日のお客様のヘアスタイル」「本日の黒板メニュー」「お客様のご紹介」なんかを日々更新されているお店もあります。
こんなお店のホームページはやっぱり効果も高いです。
更新には「ギャラリー」機能がとても便利なので、やってみよう！と考えた方はリウスマイル！ホームページの「活用のヒント-フォトギャラリー、写真アルバムページの作り方」をご覧いただくか、サポートまでご質問くださいねー！