

## 営業センスの改革 顧客目線から顧客動向へ 1

プラスアルファ 代表 藤田雄志

## 新時代の情報発信

**こ** 数年でホールを取り巻く環境は大きく変化しています。しかし、店舗責任者がその変化についていくことができていません。多くの店舗責任者は遊技人口が減っている事象は認識していても、実態を把握できていません。10年前よりヘビーユーザー比率が高まり、ライトユーザーや新規ユーザーが減っているにも関わらず、それら各ユーザー層が平均的に減少しているという錯覚で営業を組み立てているのです。時代は「ヘビーユーザー過多」に変わりました。ユーザーの大多数が、パチンコやパチスロを研究している人々です。だからこそ、我々運営側も、もつともっと顧客動向を研究して営業に活かしていかなければならないのです。

今回は集客ツールの変化の一例を紹介させていただきます。  
最も大きな変化はメールDMです。メール会員は減少の一途を辿っています。今の時代にメール会員になるのに、自分のメールアドレス

ドレスをアルファベットで一文字一文字入力するとは考えられませんが、LINE@の友だち登録（実際の友だちになり情報を受け取る行為）が簡単な点と、軽い気持ちで登録できて、送られてくる情報が迷惑な内容だったらその情報をブロックする機能がついている点。情報配信側にとっては、短期間で多数の配信先（友だち）を確保することが可能なことです。現に私が把握しているパチンコ店でのLINE@の友だち人数の多い店舗では6千人を超えています。現在の環境下でメール会員を6千人集めることは、不可能に近いことですが、LINE@という新たなツールでは6千人に情報発信が可能な時代なのです。大事なことはLINE@で情報発信する対象を増やして、その情報をどのよう

理由には、店舗責任者がLINE@で集客できるということを理解していないことと、新しいことを始める抵抗感でしょう。

ポイントとは、LINE@の中で情報を完結させないこと。自店の情報をどこに公開するのかわかっています。LINE@では受け手が気になるような画像を発信します。受け手がその画像をタップしたときに、P・WORDの画面に飛ばすのか、自店のブログに飛ばすのか、自店の機械性能や楽しみ方を促進するのであれば、メーカーの特設サイトに誘導するのもアリです。

ヘビーユーザー化したお客様にいかに関係していきのか、新時代の営業には重要なポイントになるのです。



ふじた・たけし 1972年千葉県生まれ。株式会社プラスアルファ 代表取締役。ホール現場と共に進める戦略実行型コンサルティングを展開。信条は「顧客目線から顧客動向への変化」を掲げ全国の店舗の業績向上を担う。www.hpa.co.jp