

売場プロモーションの「等地」で、 また来たくなる魔法をかける♪

お客様の気持ちを踏まえた売場プロモーションを具現化していますか？
「気分(気持ち)一致効果」が働く「勝ち告知」を効果的に活用して、来店頻度アップを狙う！

突然ですが、皆さん、店舗の売場プロモーションを考えるにあたって、最も情報発信の場として効果的な、最優先で変革すべき「売場プロモーションの「等地」とはどこだと思いますか？

店頭・台回り・休憩スペース・トイレの個室・景品カウンターなど様々な場所が答えに挙がります。特に多い回答が、一番最初に情報を目にする「店頭」または、一番お客様が滞留する「台回り」とお答えになります。では、心理学的に観て、その答えは正解

情報発信の「等地」は「勝ち告知」の場所

まず、結論から申し上げると、売場プロモーションの「等地」は「景品カウンター／ジェットカウンター／メダルカウンター／換金所導線」の「退店導線」に区分される場所です。私たちはこの場所を特に、「勝ち告知」と呼んでいます。何故ならば、この場所は、

少なくとも玉やメダルが出ていて、「勝った可能性が高い」もしくは「負け額が少ない」お客様が訪れる場所だからです。では、何故この場所が売場プロモーションの「等地」なのか？ それは、2つの心理学的理由から裏付けることができます。

まず一つ目の心理学的理由は、この連載の第1回目でもご紹介した、「親近効果」です。親近効果とは、物事の一つ最後の印象が記憶に残りやすいという効果のことです。そのため、退店導線に区分される

「勝ち告知」は、お客様が最後にそのお店から発信された情報に触れる場所です。そのため、親近効果が働き、「勝ち告知」で発信した内容はお客様に記憶に残りやすく、売場プロモーションが効果的な「等地」と言うことができます。

心理状態の良い時が告知のチャンス！

では、ストレスが少ない状態のお客様が最も多い場所はどこでしょうか？ そう、少なくとも玉やメダルが出ていて、「勝った可能性が高い」もしくは「負け額が少ない」お客様がいらっしやる、「勝ち告知」です。「勝ち告知」におけるお客様の心理状態の良さは、

からこそ、「勝ち告知」は、お客様にストレスを与える可能性の少ない素晴らしいオペレーションを行えるスタッフに、まずは担当して頂きたいのです。

中島が解説する **心理学用語**
気分一致効果とは？
人は、その時の気分一致する記憶に優れており、情報を記憶するときの気分と、記憶する内容が一致しているときの方がそうでないときより記憶されやすいという効果のこと。ポジティブな気分時にはポジティブな内容の記憶が、ネガティブな気分時にはネガティブな内容の記憶が優れているという現象。



間違いです！逆に、「台回り」はなかなか当たりがなくて、イライラしているお客様も多く、実は、最もストレスが高い場所なのです。ボタンを乱暴に叩いて、イライラを台にぶつけているお客様をよく見かけますよね。そんな状態のお客様が多い場所、例えば今回の新台入替のことを伝えても、「どうせまた当たらないのだから」というネガティブな連想をされてしまうかもしれません。(今回は売場プロモーションをより効果的に活用したいという話なので極論でお伝えしますが、もちろん、全く何も発信しない状態よりは、情報を発信して少しでも

伝え方が良いです。だからこそ、「勝ち告知」で次の来店動機に繋がるような告知をすることが、大切なのです。遊技人口が減少し、なかなか新規顧客を獲得しづらくなってきている近年では、いかに現在ご来店頂いているお客様に、月プラス1回でも多くご来店して頂ける取り組みに注力することが重要となります。そのためには、お客様が情報に対しより良い印象を持って受け取って頂ける上に、記憶に残りやすい、売場プロモーションの「等地」、「勝ち告知」にまずは注力すべきです。ちなみに、接客においても、同様のことと言えます。店舗

スタッフも人間ですから、全員が同じ接客はできないですよ。接客が素晴らしいスタッフもいれば、まだまだこれから...というスタッフもいると思います。あなたのお店では、そのピカイチスタッフはどこに配置していますか？

ストレス要因をぶつけられたら、せっかくのお客様の良い気分が悪い気分に変化してしまいかもれません。そうやってしまうと、「気分一致効果」はネガティブな方向に働いてしまい、せっかくの売場プロモーションの「等地」が一気に格下げです。特に、女性のお客様は男性より気分に左右されることが大きいので、これは非常にもったいない！だ



働くからです。「勝ち告知」は、お客様のストレスが少ない場所であるとお伝えしましたが、そこでのスタッフ対応が最悪だった場合どうでしょうか？
笑顔がない、声が小さくて、何を言っているか分からない、手際が悪い...など数々の



なかしま あきこ
1983年岐阜県生まれ。中京大学大学院卒業。2010年：心理学検定1級取得。2011年：認定心理士取得。現在は売場プロモーション調査の責任者として、全国のパチンコ店を数値化。数値化したデータをもとに店舗の改善案を提案する「売場カルテ」を拡めている。さらに、女性目線を踏まえた研修・セミナーには定評がある。



お客様反応が上がる
新台ポスター???