

魅力ある売り場の 具体的な提案力

今回は、前回のテーマを基に、具体的なパチンコ店の提案力事例を中心に紹介します。優れた提案力は、「情報の個別化」がポイントとなります。

例えば、スロット集客に強いある繁盛店では、「こんな想い、さよならシリーズ」と題して、貯玉促進&会員募集を行っていきます。「欲しかったあの景品、あとメダル1枚足りない」と悔やんだ経験ありませんか？ そんな想いは貯メダルが解消」と、店内のメダルの計数機付近にポスター設置。さらに20時過ぎに、スタッフが台周りにこんなミニチラシを掲示します。「サッカークのワールドカップ最終予選のキックオフ開始時間が迫っているのにカウンターが混雑しているかも……。と不安に想っている。あなた、こんな時は景品カウンターを通らず、貯メダル帰宅！ 会員カードをお持ちでない方は遊技をしながらその場で手軽に作成可能…お手間たった50秒+貯メダル10秒がオススメ！」。店内のマイクアナウンスでは随時、カウンター

の待ち人数と待ち時間を告知。

お客様個人によって反応ポイントは異なりますが、その日にはどのようなお客様に貯メダルがお勧めなのかを具体的に伝えていきます。単純に、「貯メダル推進」と情報発信しただけでは、お客様の行動変容にはつながりません。

低玉比率の高い繁盛店では、「心地いい、おもてなし」と題して、「お客様の居心地のいい快適空間を目指して、様々なサービスをご用意しております！」と店内の滞留時間の長い場所を中心に告知。その言葉を具現化する施策として、例えば、店内出入口付近の島入口前のイーゼルスタンドで、「ブランドレット貸出サービス」とブランドレットのイラストと共に、ブランドレット貸出カードを設置。冬の時期は冷たい風が店内に入ってきて、出入口付近で遊技するお客様は、特に肌寒くなる可能性を考慮&想定した告知運用です。さらに、スタッフに貸出カードを示すだけで、気恥ずかしさなくブランドレットを借りられ

るように配慮。また、「おしほりサービス」はお客様がおしほりを使用したいと思う場所を想定して、計数機付近やトイレ付近で告知。同様に、お客様のTPOに適した遊技中サービス告知を店内の様々な場所で実施しています。

なぜかほとんどのお店では、店内の様々なサービス情報を1枚のポスターに詰め込んで、漠然とした情報発信を行ってしまいます。

これらを整理すると、お客様に支持される魅力ある繁盛店の提案力は、自店のコンセプトを明確化して、そのコンセプトに沿って適した角度からお客様に個別アプローチを実施しています。皆様のお店でも、スタッフ全員が納得するコンセプトを明確化して、そのコンセプトに沿って一貫性・統一性のある提案ができる売り場づくりを目指してはいかがでしょうか。



のじまたかのり 1983年三重県生まれ。北海道教育大学卒。全国のパチンコホールを年間1,000店舗以上調査し、その中から高稼働店に共通する法則を見つけ出し、「情報伝達力」と定義。お店の「情報伝達力」調査の分析に基づき、お客様目線の徹底と継続の重要性を、支援先ホールの全スタッフと共有し推進する。『お金をかけない！スタッフの情熱と知恵で劇的に変わるお店づくり』を目指している。nojima@pachinkotenshoku.com http://www.hpa.co.jp/