

# 業界再生 = (経営+IT) × 改革メソッド

## — 活かす IT・伸びる経営

経済産業省推進資格 IT コーディネータ 天川 龍介: r y u @ g l a s y s . c o m

## 携帯電話を使い倒す

地元の話題ですいません。先日、イオンSCがオープンしました。そこに勉強堂さん、ジンズさんが入りました。これで、最寄り駅を中心に半径3Km以内に、パリミキさん、千葉メガネさん、メガネハットさん、地元個人店さんと、6店舗がひしめき合うエリアとなりました。当方としては、ストアコンパゾンしたいほうで助かります。そのうち、レポートしますか。



### T i p s

### 携帯電話

さて、今月は携帯電話の活用についてです。

ご存知のとおり、持っていない人がいないほどの普及率を誇る情報端末です。

これをお客様とのコミュニケーションに使わない手はありません。

しかし、お気をつけください。便利だからといって、使い方を間違えると逆効果もありえます。顔が見えないツール(TV電話もできますけど)だからこそ、難しいこともあるのです。

### 前提

お客様とのコミュニケーションを語

る時、この業界の欠点を最初に認識する必要があります。

日頃、IT業界、他の流通業界、コンサルティング業界、役人と、様々な人種とお話ししてきています。その方々と比べて、当業界の方々に変わらず感じる欠点です。

### 1. 物事を見る視野が狭い

メガネという商品そのものが非常に奥が深いゆえに、通常の勉強方法では追いつかず、他の分野についてはおろそかになる。

ある意味自然なことですが、業界内では不思議におもうことはありません。しかし、このことがお客様とのコミュニケーションに決定的な障害をもたらします。

単純化すると、お客様はメガネのことを知りませんが、他のことならメガネ屋よりよく知っています。メガネ屋はその逆です。では、どちらが近づくべきですか？

これを実感されている小売店が少ないと思うのは私の色メガネでしょうか？

### 2. マーケティングを知らない

マーケティングとは、日本語訳で「売上創造」「顧客創造」といわれる概念全般のことです。まさに商売そのものです。半医半商をベースに営んできた当業界は、商売について、そのとお

りに他の小売業の半分しかやってこなかった！ そのように認識してほしいのです。

実際に、当業界内でマーケティングの話ができる順番を付けると、メーカー・卸・小売りです。お客様が一番近い小売りが、最もマーケティングに疎い。これが業界売上低迷の最大原因かも？ 実際、この方はマーケティングを理解していると感じた小売店オーナーのお店は、現在も繁盛しています。「お客様は、なぜメガネを買ってくれるのか？」を考え直してください。

### 方法論はお教えできます

携帯電話をコミュニケーションに活用する方法論はお教えできます(表参照)。ただし、それで儲かるかどうかは保証できません。ほとんどの場合、上記の前提がないからです。

ITといっても、最も身近にある携帯電話でさえ、そこに載せるコンテンツ、発信タイミング、レスポンス方法など、ひとつでも間違っているとコケます。それらの基礎になるのは、ITそのものではありません。マーケティングです。

この記事を読んで、携帯電話を使おうと思った方は、同時にマーケティングの勉強をしてください。くどいようですが、そうしないと逆効果もあります。

### ちょっと脅しです

これまでお会いした業界内の方々の中で、IT活用という点だけで分けると、新興勢力・アウトサイダー・異業種参入組と呼ばれる方々のほうが上です。

先月号で述べた内容で、ユビキタスを実現する時、情報を制すものが売り上げを制すことになると感じただけでも結構です。情報とITの使い方を考えてみてください。

### サンキューメール

単なるお礼状ではなく、お客様ごとに使い方の注意点、度数、点検の案内などを伝えることができる。

### 初期点検の案内

メガネのトラブルの多くは、使い始めに起きる。適当な時期に御来店いただき、悩み・不満を払拭するのが満足度向上に繋がる。

### 趣味別の案内

メガネと全く無関係の趣味で構わない。「こんなことが、こんな雑誌に載ってたよ」という情報だけでも顧客関係性は改善する。

### セールスの案内

セール全体の案内は不要。顧客クラスターごとにお勧め商品、イベント、特典を配信。

### 新製品の案内

顧客購入商品別に新製品を分類し、類似、並列に考えられる商品のみを案内。画像を付けられればなお可。

### 自社サイトの案内

携帯サイトを持つことが条件だが、更新情報を配信。

### QRコード+ゲーム

ゲームを用意したサイト製作、QRコードで誘導する。割引券などが当たれば、顧客は携帯電話に記録。それを店舗に持ってくる。

携帯電話は、それらを試す格好の材料のはずです。せめて、戦える武器を仕入れようとしてください。

私が見る限り、現状における武器と

は何かさえハッキリしない店舗が多すぎるからです。ゆで蛙にはならないでください。

### 天川 龍介

1956年生まれ

眼鏡小売業界経験は16年

店頭販売はもとより、チェーン店

本部にて販促・営業企画を担当

POSシステム開発プロジェクト

リーダー

現在、合資会社グラスシス代表

1997年上級システムアドミニス

トラータ合格

2002年ITコーディネータ認定・

同インストラクター

HP=<http://www.glasys.com>

