

株式会社平徳本店

代表者 平澤 孝夫

資本金 1,000万円

住所 秋田県秋田市中通二丁目4-4

設立年月 昭和7年2月

連絡先 TEL 018-833-2228

従業員 35人

FAX 018-832-7329

URL <http://www.hiratoku.co.jp/>

ICT技術を活用した情報提供システムを導入し、お客様への情報発信・接点を拡大

当社は秋田市内外に10店舗(秋田市内7、仙台市2、東京都1)の販売店を展開する婦人服、婦人服飾品小売業者です。創業以来、女性キャリア向けの洋服販売をメインとして店舗数を増やしてきました。現在は店舗ごとにメインターゲット層を変え、幅広い価格帯で、高品質な商品を提供しています。今回はお客様へのサービス向上を目的として、ICT技術を活用した情報提供システムの導入に補助事業を活用させていただきました。

Question

Q 補助事業取組みの効果を教えてください。

A ポイントカードを勧誘する声かけの中で、お客様と店員の会話が増え、より深い関係性を構築するきっかけになっています。



デジタルサイネージで通行人にオートフィッティングを行う様子

営業課長
平澤 新さん

本事業への取り組みの経緯

当社のお客様への情報発信は、従来ダイレクトメール(DM)のみで顧客管理は各店舗の店長任せの状況でした。店長による電話セールスも一部店舗だけで、積極的なセールスまで至っていない状況でした。さらに、ポイントカードシステムを導入していなかったため、お客様へのクーポン発行やリアルタイムの情報発信などもできていませんでした。また、最近では「バーチャルフィッティング」を導入するショップがありますが、デジタルサイネージ(デジタル看板)を活用したオートフィッティング機能を通行人に行うことで、お客様の店舗内誘導に活用したい考えを以前から持っていました。



高級感ある婦人服が並ぶ本店の店頭

実施した内容(取り組みの詳細)

店長任せで属人化していた顧客管理を見直すため、ポイントカードシステムを導入しました。誕生日や記念日のポイント発行のほか、ポイントが溜まると500円の割引クーポン(有効期限あり)が発行されるようにし、お客様の来店動機につながるようにしました。また、デジタルサイネージをモデル店舗の店頭を設置しました。通行人に自動でランダムに選んだ服をバーチャルで着せ、お客様の目に留まるようにしたほか、店舗・セール・会員募集等の情報をサイネージに表示し、POPやポスターより多くの情報を発信できるようにしました。



ポイントカードの入会申込書



店舗でのポイント管理の様子

取り組みの成果・波及効果

コロナ禍の影響もありフリーの来店客は減少していますが、ポイントシステムの導入によりお客様にリアルタイムでセール情報が発信できるため、常連客の来店回数増加につなげることができました。また、システム導入によって年齢層によってはメールよりDMの方が、ヒット率が高いことを確認することができました。

デジタルサイネージのオートフィッティング機能は、お客様が今まで試したことのない色や服を気軽にバーチャルで試着できるため、お客様に感動を味わっていただくことができ、店員とお客様の関係性構築にも一役買っています。



デジタルサイネージによる店舗情報の発信例



デジタルサイネージを配置した店頭

今後の展望・活動予定

ポイントシステムのメール機能は携帯機種によって写真が見えない場合があるほか、想像よりメールが見られていない印象があるため、現在LINEによる情報発信への変更を検討しています。コロナ禍の影響は大きいですが、大胆に店舗戦略に変化を持たせるチャンスと捉え、店舗ごとに新たな取り組みも行っています。

セールの業界では、最終的にお客様は商品だけでなく、店員との関係性を重視して購入行動に移ると言われています。来店時の僅かな時間で、いかにお客様との信頼関係を構築できるかが重要となるため、人材育成にも力を入れていきたいと考えています。



30~40代をターゲットとしたモデル店舗の様子