

異色の携帯ショップ、急成長の秘訣は囲い込み

独自のサービスで顧客の囲い込みに成功し成長を続ける企業は、携帯ショップの業界にもある。

「いつも差し入れありがとうございます!!」。埼玉県草加市の住宅街にあるテルルモバイル草加花栗店を訪れると、お菓子や飲み物など様々な差し入れを手に、笑顔で写る店員の写真が並ぶ。

携帯ショップは、消費者が空き時間に偶然見つけた近くの店舗にふらっと入って利用することが多く、店ごとに固定客が付きにくい業態とされる。テルルモバイル草加花栗店に差し入れが絶えないのは、地域に密着し顧客を満足させるサービスを徹底し、根強い支持を集めているからだ。

その代表的なものが、携帯電話を買い替える際の「データの移行」だ。

同店ではアドレス帳や、無料対話アプリ「LINE」のデータ移行などを定額で行う。アドレス帳の移行、アップルとグーグルのアカウント設定を合わせた「サポートコース」(3900円)、LINEの移行設定を加えた「おすすめコース」(6500円)、写真の移行もしてもらえる「おまかせコース」(9500円)と複数のサービスを組み合わせたメニューを、よりお得な価格で提供する。

一般に、携帯ショップの多くはデータ移行のサービスには消極的だ。接客時間が長くなってスタッフの負担が増すほか、データが誤って消失した際の責任問題も問われかねないからだ。



他社が嫌がるデータ移行を武器に売り上げを伸ばすCSリレーションズ。有料でも根強い人気だ

「整理券を手に長時間待ってやっと携帯電話を買い替えたのに、肝心のデータ移行をしてもらえず、携帯ショップに不信感を募らせる顧客は多い。この状況を何とか変えたかった」(テルルモバイル草加花栗店の運営企業、CSリレーションズの増田恭章社長)

同店では接客時間の長さをいとわず「かゆいところに手が届く」サービスに徹し、地域住民を依存させ、来店頻度の向上につなげている。データ移行の前には来店客に注意事項を説明し、「万が一、データが消失しても店は責任を負わない」旨を記載した書類にサインしてもらい、了承を得ている。

データ移行のサービスは、携帯ショップ運営では後発というCSリレーションズが編

み出した起死回生の一手でもある。同社が携帯ショップの運営を始めたのは2006年。当時、駅前の大通りに面した一等地は他の販売店でひしめき合い、とても出店余地などない。やむなく駅から離れた住宅地の一角に出店し、事業を始めた。

当然、他と同じサービスをしていては、駅前の一等地の店にはかなわない。そこで同社は「顧客が困っていることを見つけて手助けし、解決に導く」ことを徹底した。

2年契約で端末代金の支払いが終わりそうな顧客には、店舗スタッフが積極的に連絡を取り、再訪して買い替えを促す。顧客が定期的に来店する好循環を生み出し、年間の売上高は25億円と、6年で4倍に増えた。

世代に訴求力を持つ、中島みゆき氏の「糸」(1998年発売)と、一青窈氏の「ハナミズキ」(2004年発売)を顧客が飽きない範囲で頻繁に流す戦略もある。

* * *

元・人気プロ野球選手の覚せい剤取締法違反での逮捕劇に加え、危険ドラ

ッグによる事故が多発したこともあって、2016年は「依存」という言葉が注目を集めた。ギャンブルやアルコールなどへの依存症患者の増加が社会問題化していることもあって、その言葉を肯定的に捉える人はまずいない。

だが、『依存症のすべて』(講談社)など依存に関する著作があるマーケテ

ィング共創協会の廣中氏は「人は誰しも、何かに依存せざるを得ない」と指摘する。

人の心は傷つきやすく、生きていけば悲しいことも待ち受ける。そんな時、「いつでもそれさえやれば、確実に気分を持ち上げることができるもの」を持っていけば、気持ちをリフレッシュし、前