

今月のお仕事

毎月、きものチームが注力したお仕事のひとつをご紹介します。

「ルーダ柴ちゃんねる」はじめました!

YouTubeチャンネル設立は「自店に何が必要とされているのか?」を考えるきっかけ作りにも最適

『花saku』でコラム「ティーをトウギヤザーしませんか?」の連載が始まりました。YouTubeチャンネルを共同運営することになりました。日々、「この動画は視聴回数が伸びた、伸びなかった」「視聴者層は?」「効果的な時間帯は?」と視聴者のニーズを分析しながら撮影・編集をしています。

5Gが運用開始となり一層身近になる動画。今まででは「ホームページがあ



るのが当たり前」という時代でしたが今後は「YouTubeチャンネルを持っていることが当たり前」という時代です。まずは1本チャレンジしてみませんか?



「花saku」の読者の声には商売のヒントがいっぱい

プランナーの視点

きものを着る機会も多いのに、お太鼓結びには苦労しています。『花saku』1月号の第一特集を参考にいろいろ試して自分なりの結びを身につけたいです。(石川県MHさん)

数種類のお太鼓結びの方法、手順をご紹介した『花saku』2020年1月号。「写真で見ることができわかりやすかった」「保存版にします」など、多くの反響をいただきました。

着付け教室に通った経験者でも時間が経って忘れてしまったり、年齢

とともに後ろに手が回しづらくなるなど、帯結びの課題は尽きません。よく着る方ほど目標や理想があるので、常にお客さまの帯結びの悩みを把握し、その悩みに寄り添った情報提供をしたいもの。お客様はきっとそんな提案を待っています。

来月から『News Next』はウェブマガジンになります

これまで紙面形式で情報を届けてまいりましたが、来月からは弊社ホームページの『News Next』コーナーにて毎月情報を発信いたします。

更新のお知らせをご希望の方は、PR現代《きもの事業部》LINE公式アカウント、もしくはメールマガジンにご登録をお願いいたします。

LINE公式「PR現代《きもの事業部》」



「お問い合わせ内容」欄に「メルマガ希望」とご記入ください。



PRG
Passion×Rational×General
Kimono Team
PRGentainc

株式会社 PR 現代 きものチーム
〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町 9-4 Tel.03-3639-1253 Fax.03-3639-1250

神山有史のウェボリューションブログ

これ読んだ? ● ●



ウェブ戦略ディレクターの神山有史が毎日発信しているブログのなかで特に気になったことをリマインド。

「コロナなんかに負けてはいられない」

4月7日、7都府県を対象に緊急事態宣言が発令されました。未来の歴史の教科書にも登場するであろう非常時です。催事もできない、勧誘もできない時期ですが、ピンチはチャンスと捉え、ゆっくり時間が取れる今だからこそ新しいことにチャレンジしてみませんか。「動画撮影や編集に集中し、情報を発信する」「顧客1人ひとりの情報やカルテに注意深く目を通しお客さまのことを再認識する」など、普段は忙しくてできなかったことをやってみましょう。

いずれコロナが収束し、普段どおりの日常を取り戻したときに再開できるはずの楽しいイベントや予告を発信しておけば、自粛疲れに嫌気がさしているお客様に希望を届けることができます。

マーケティングとイノベーション。
それ以外は全てコスト。
ピーター・ドラッカー

NEWS NEXT Topics

緊急事態の今だからこそ取り組むべき10のこと

デジタルシフトを加速しよう

私たちの想像を遥かに超えたレベルで新型コロナウイルス感染が拡大しています。きもの専門店では4月催事の中止が相次ぎ、一定期間営業を中止するお店も出ました。本来なら、お客様との対話を重ね来店促進を進めなければならない時期です。そしてゴールデンウィークに向け振袖の集客に注力すべきときでもあります。

しかし、今回のコロナ禍で生活者の日常も大変なことになってしまっているため、来店を促すこと自体が非常に難しい状態です。そんなときだからこそ、これまでとは違った視点で営業活動、コミュニケーション活動を進めていくべきです。ありがたいことに、私たちはデジタル・テクノロジーが発達した現代に生きています。離れていても、直接会わざとも、顔を合わせて会話することができます。それもお金をかけずに、無料で利用することができるツールがそろっています。



だからこそ、今この異常事態に備え、デジタルツールを活用し、お客様の心に寄り添う努力をしてみましょう。今回の『News Next』では、この緊急事態だからこそ、取り組むべき10の事柄にフォーカスしたいと思います。誤解がないように、デジタルツールを活用するのは、他でもない、気持ちや思いという究極のアナログともいいうべきものを相手と通わせるためです。

どんなときでも、お客様や顔を知らない見込客の悩みや課題に目を向けられれば、活路は拓けます。



ほんのちょっぴりお役にたてば通信

Passion×Rational×General
PRG

株式会社 PR 現代

〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町 9-4

TEL.03-3639-1253 / FAX.03-3639-1250

今すぐ使える、
明日のための
ウェブマーケティング
エッセンス。

News Next vol.17

NEWS NEXT Topics

緊急事態の今だからこそすべき10のこと



神山有史

1. ウェブコンテンツを充実させよう

お客さまのほとんどが、外へ出られず、多くの時間を自宅で過ごすことを余儀なくされています。楽しいはずの買い物を自粛し、必要なものだけを買うというストレスは計り知れません。運動して、ネットに触れる時間も必然的に増えています。だからこそ、今自社サイトのコンテンツを充実させていくべきです。追加すべきコンテンツは、「お役立ち情報」です。

もちろんきものなど商品に関連する情報をメインに記事していくのですが、それだけでなく、新型コロナウイルス感染防止に役立つちょっとしたコツやマスクの作り方など、今生活者が知りたいと思っていることを掲載していきましょう。

伝えるべき内容は、
①自社が扱う商品を着た、使ったときの楽しさ
②先々予定しているイベントの魅力
③感染防止のためにできるお役立ち情報です。

2. 「Googleマイビジネス」に写真や情報を掲載しよう

ウェブサイトと同様に重要なのが、Googleマイビジネスへの投稿です。どちらかというとウェブサイトほど頻度では、マイビジネスへ投稿していないお店がほとんどですが、検索優位性に関しては、このGoogleマイビジネスは決して侮れない存在です。

特に写真は、投稿すればすぐに検索に反映されるので、できるかぎり投稿の手を止めないのが重要です。おそらくこの非常事態に対処するため、多くの企業がオンライン利用を加速させることになります。そうなると、ネット上で目に見える部分で比較されること



3. ITスキル勉強会を行おう

自社がITリテラシーが低いと感じているなら、勉強会を開催し経営者だけでなくスタッフのITスキルを高める取り組みを始めましょう。もし、このコロナ禍が半年、一年続いたらと考えてみたとき、これまでと同じやり方では、営業活動に大きな支障がでます。

現在は、有料のセミナーを受けずともYouTube上に無数のウェブ活用の方法やSNS活用のネタが上がっています。

こうした動画を見繕って、勉強する時間を作りましょう。

4. 社員のスキルアップ・知識向上を図ろう

商品の専門知識や販売力向上の時間を作ることも重要です。おそらくこの非常事態に對処するため、多くの企業がオンライン利用を加速させることになります。そうなると、ネット上で目に見える部分で比較されること

がより多くなります。

しかし、結局のところ、信頼できるお店であるかどうかは、やりとりをする人間によって大きな違いが出ます。言葉だけでなく文章でもお客さまに役立つ情報を専門家として届けることができるよう、スキル・知識を蓄えておくことは決して無駄ではありません。

5. 顧客一人ひとりとチャットや「LINEビデオ通話」などを使って対話しよう

お客さまのほとんどがLINEを利用していると思います。LINEならビデオ通話が標準装備です。仲の良いお客さまに協力してもらい、ビデオ通話で会話をしてみましょう。それによって、ビデオ通話のメリットとデメリットを実感できます。すでにお店によっては、ビデオ通話で接客を始めています。接客し、売り上げをあげることができるかどうかを見極めるためにも、まずはオンラインでのビデオ通話に慣れましょう。

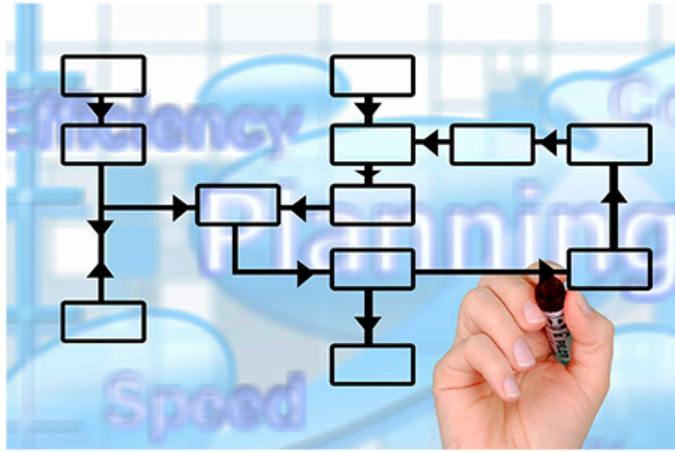
NEWS NEXT Topics

6. 顧客一人ひとりの情報を詳細にチェックしよう

この機会に顧客カルテや「きもの七福神」などにストックしてあるお客さま情報を精読しましょ。お客さまのことを改めて理解し、どんな対話をすべきかに思いを巡らせます。

ビデオ通話をするにしても、お客さまの情報を目を通してからのほうがスムーズに会話が弾むというものです。また、日頃行っていない顧客の詳細分析や社員の行動分析も行なってみてはいかがでしょうか。

過去5年間での推移や顧客の入れ替わりはないか? 新規客獲得や休眠客の掘り起こしと売り上げの関係を社員一人ひとりに確認してみるなどです。



7. ウェブサイトの現状分析を詳細に行なおう

さて、このコロナ騒動が始まる前と後で、ウェブサイトにはどんな変化があったのでしょうか? また、検索キーワードにはどんな変化があったのでしょうか? 冒頭で記したコンテンツの充実を行なうにも、現状を正しく把握し、分析することが肝要です。

検索キーワードの中から、検索意図を想像し、お客さまのニーズに合致した情報発信を心がけましょう。できるだけ更新頻度を高めましょう。

8. ニュースレター・情報誌を送付し、お客さまに「きものの楽しさ」を届けよう

デジタルだけでなくアナログの情報発信も欠かせない要素です。お客さまが自宅に縛り付けられているような状態ゆえに、こうしたアナログの情報にも目を通してもらいたいやすい

環境です。

自宅でゆっくりと読んでいただくには、デジタルよりもアナログのほうが受け入れてもらいやすいものです。きものの楽しさ、コーディネイトのコツ、きものときのアエスタイル、メイク術、色づかい、お客さまのきもの姿などなど、お届けしたい情報はいろいろとあるはずです。

9. 動画活用を本格的に始めよう

コロナの影響で5Gのニュースがかかるてしまっていますが、すでに5Gのサービスが少しづつスタートしています。お店でも動画を始めるタイミングです。まずはYouTubeチャンネルを作りましょう。Gメールがあれば、すぐにでもYouTubeチャンネルを開設できます。手始めに、お店紹介やお店の強みを発信する動画をスマホで撮影し、そのまま流してみましょう。投稿画面には、タイトルや説明文など埋めなければならない場所がありますが、細かいことは気に

10. 社員や社員の家族の状況に心を寄せよう

こんな状況でも出社し、仕事に従事してくれる社員一人ひとりの自宅環境、家庭環境などの現状をヒアリングしてみてください。意外な事実が見つかるかもしれません。社員の気持ちが他に取られてしまっていれば良い仕事もできません。社員へのマスクやアルコール剤の提供など、お店としてできる対応をしっかりと行なっていきましょう。物心両面でのフォローやケアが欠かせない時です。