

コスモスベリーズ活用事例 【電気店】

コスモスベリーズの利点は「勝負が早い」 商談スピードと顧客満足度アップ

ウオノ(大阪府堺市、魚野栄治社長)

コスモスベリーズの加盟は 2012 年 10 月。取引している家電メーカーの取扱い商品が大幅に減少したのがきっかけだ。「色やサイズ、機能面などでお客様の要望が細かくなってきているのに、メーカーの品揃えが悪くなった。これでは商売にならない」と魚野栄治社長。加盟後は幅広い顧客ニーズに対応できるようになって、商談スピードも著しくアップしたという。



▲魚野社長とお店を守る奥様の恭子さん

量販店価格に対応いたします!

「あんたの車、ようけ走っとるなー」。魚野社長の忙しさをお客様はよく見ている。

「インターホンが鳴らない」、「エアコンが冷えない」、「照明がつかない」――。お客様の電話はひっきりなし。もちろん、魚野社長はコールがあれば速攻で、お客様宅に飛んでいく。



▲ウオノの店舗外観

ウオノの設立は1967年5月。魚野栄治社長は同店の2代目の経営者である。先代のお客様を大切に守り、自身も新規客を増やしている。現在の稼働客数は650世帯、年商は約5,000万円だ。家電販売と電気工事、困りごとサポートで売り上げを一人で叩き出している典型的なパパママ店である。

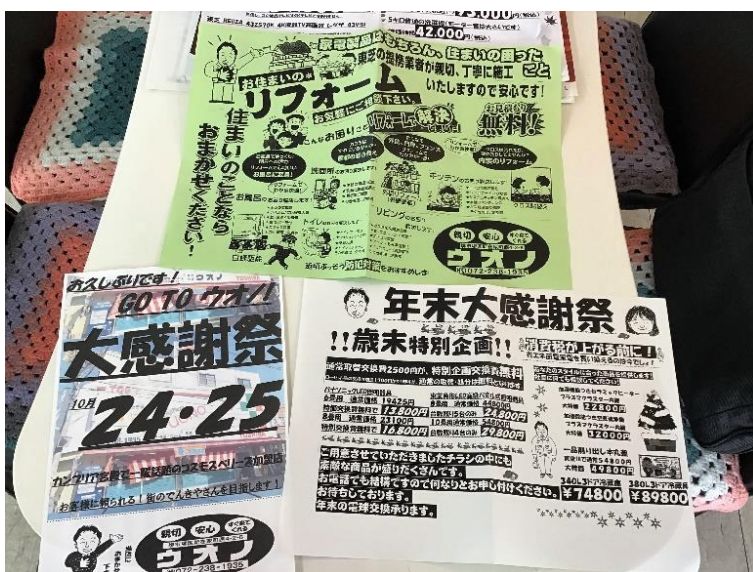
「地域店はスピードと面倒見の良さが何よりも大切」と魚野社長。手間のかかることをどこよりも早く率先して行うので、お客様にはとても頼りにされている。

忙しい魚野社長を支えているのはコスモスベリーのスキームである。ヤマダデンキの仕入れ力を活用することで、量販店並みの仕入価格と幅広く商品を揃えることができるようになった。



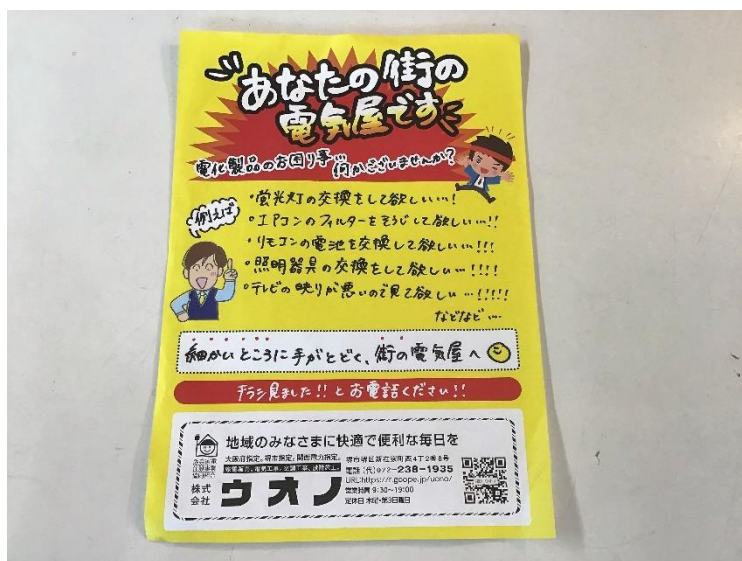
▲店舗では量販店価格に対応とアピール

加盟後は店舗正面のガラス窓に、「量販店価格に対応いたします!」というキャッチフレーズを前面に打ち出した。街の電気店は量販店に比べて価格が高いというイメージを払しょくしたかったと話す。



▲ズバリ価格を打ち出せるようになった

魚野社長はコスモスベリーズのメリットについて、ずばり「勝負が早い」と指摘する。商品提案では安い価格でお客様の要望を十分に叶えられるので、商談スピードが格段にアップ。特に、ヤマダデンキ店舗から直接仕入れられる「直取りシステム」はフルに活用し、重宝しているという。それによって納品スピードと顧客満足度の両方が高まった。コスモスベリーズの仕入れ額に占める直取り比率は半分以上に及んでいる。



▲高齢者に響く DM ハガキ

お客様によくいわれるのが、「すぐ来てくれるのはいいけれど、パッと来て、パッと帰る。たまにはお茶でも飲んでって…」と。お茶を飲んでいきたいのはやまやまだが、次のお客様が待っている。魚野社長の優先すべき顧客サービスは「一次対応の速さ」なのである。

魚野社長は幼少期、ウオノの店内で過ごした。お客様に叱られたり、褒められたり、一緒に遊んでもくれた。そうしたお客様は今でもウオノを大切にしてくれる。

「お客様が僕を育ててくれた。だから高齢のお客様を大事にしたい。悪質な訪販業者の被害にあったお客様もおられるので、高齢のお客様には足しげく通い相談事を聞くように努めている」。魚野社長にとってお世話になった高齢客への恩返しなのかもしれない。