



# リニューアル版 ラップニュース

VOL.196

2019.07.1

発行：ラップ東京株式会社  
<https://www.raptokyo.co.jp/>  
(無断転載厳禁)

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは [www.raptokyo.co.jp](http://www.raptokyo.co.jp) から

## 「ムード作り」

お客様のところへ行くついでに、久しぶりにアメ横に行ってみました。平日の昼間だということのかなりの人出。最近はおきらかに外国人の割合が多いようです。相変わらずメイン通りの店舗からは「いらっしやい」「いらっしやい」と通る人に声をかけていて、活気があるなど感じました。最近のショッピングモールとは違う雰囲気です。このようなお店の方にとっては通常のことなのでしょうが、何となく面白い物が楽しいことのような気がします。この空気が特別なのだと思いますが、お客様を惹きつけるものを感じます。

いろいろなお店や会社で、大きな看板やノボリを立てたりしているところを多く見かけます。これも「歓迎ムード」の雰囲気づくりとしては意味あることだとは思いますが、このようなものはあくまでハード的な要素であって、「歓迎ムード」の本質は「形」ではなく「人」だと思います。店員、社員にお客様を受け入れる準備がないと「歓迎ムード」が見せかけだけになってしまうこともあると思います。

先日訪問した会社社にあまり良い雰囲気を感じない会社がありました。目を合わせない、声をかけない、車をどこに止めていいのかもわからないなど。しかし、お話を伺っていると、ちゃんとお客様を迎える準備については考えていらつしやるようでした。お客様に伝わるような接客、雰囲気をもっと作り出していく重要性は認識しているが、お客様に評価されるようになるまでは簡単ではないようです。感じ方は人それぞれなので、これが正解、というのはありませんが、いろいろな場所でも様々なサービスを受けて検討していくのも良い方法だと思います。

身近なところでは、どこのコンビニで買っても値段も商品もそんなに変わらないので、それだったら、自分が感じが良いと思うスタッフさんがいるところで買いたくなるのは素直な気持ちです。やはり、気持ちの良い買い物ができるかどうかは「人」に関係します。

いろいろなことが便利な世の中になり、その仕組みなどの機能を使えば出来ることが増えました。集客活動でも、ネット広告や検索を使って自社を見つけてもらえます。ローカルで行っていても、一定のエリアに特化したエリアマーケティングもネットで出来るようになります。しかし、反応のあった人を集中的に営業していく反応型営業も効率のよい集客活動です。今後このような集客活動が中心になると思いますが、その「後」で差がついていくことになるかもしれません。「歓迎ムード」をつくるのは「人」ですし、それを感じるのも「人」ですから数式のように機械的には進められません。オンライン上で完結できない仕事なら、ますます重要な要素となるのではないのでしょうか。

若い世代はいつもスマホと向き合っていた「話しかけないでオーダー」という雰囲気を出す人が多いとか。今後はこのような世代への「歓迎ムード」作りも必要になってきます。人口知能(AI)には難しいような、「空気を読んでいく」ということも重要視していきたいです。

## ご案内

### Google 広告で顧客を増やしましょう

Google 広告運用のお手伝いします。

- ・スマホだけに配信
- ・会社の周辺エリアだけに配信
- ・YouTube 広告への出稿など

ラップニュース バックナンバーはホームページからご覧いただけます。

<https://www.raptokyo.co.jp/>

アンケートがありますので、ご意見をお聞かせください。

お問合せは  
ラップ東京株式会社  
TEL: 042-349-3535 (担当: 田島)