

ワタシだけの一品で集客

女性に人自慢した「自分だけの商品作りに」という意識が強く、オーダーメイド品への関心は高い。髪はそうしたニーズをにらみ、IT(情報技術)の導入も進歩法の工夫で「ワタシだけの一品」を気軽に買えるようにした衣料品店や靴店が登場している。今回はカスタマイズ対応によって「行けば必ず問題解決につながる」特別な空間を女性に提供しリピート客をまわつこうとしている店を紹介する。

女性つかむカスタマイズ対応店

エニーズ(大阪市)は日本の婦人用カテゴリードリストの先駆的な企業とされる。「スーツも家具やカーテンのうちに気軽に注文できれば、多くの女性に喜んでほしい」と考えたのが出発点だ。「CHARRA RALIST(チャラリス)」のブランドで事業展開しており、約1千種類の生地から自分好みのパターンオーダースーツを作る。同ブランドは直営店のほかインターネット通販、有名百貨店で扱っている。6月には東京・南青山の骨董通りに会員制プライベートサロンを開いた。エニーズの商品は2万円台からあるが、同サロン利用者の平均客単価は5万~6万円。利用者の多くが仕上がりに満足しており、「高くない」と評判だ。サロン会員には既存客が会員に紹介された人がなれる。ターゲットは30~40代



エニーズでは、約1千種類の生地から自分好みのスーツを作れる

女性、多忙なキャリアウーマンが多く、限られた時間に対応することを求められている。フルオーダーにする選択肢が多すぎるため、オプションはだいたいがはきり出るオンと裏地など分野をうに限定した。カスタマイズでは顧客が迷走時間まで見届けられなくすのもポイントだ。サロンに来る顧客の多くは毎日こんな服装で仕事に

「特別な空間」リピート促す

トを重視する顧客に特に喜ばれているという。店とネットを連動させる「オムニチネル」対応も充実している。店での注文の途中でもデータ保存やメールへの添付が可能。ある程度まで店で決め、最終的には自宅からネット経由で買いたい顧客が重宝している。一方で、ネット上では実感できない点を確かめるためにわざわざ店に足を運ぶ人も見られる。オムニチネルに敏感な女性ほど店

女性、多忙なキャリアウーマンが多く、限られた時間に対応することを求められている。フルオーダーにする選択肢が多すぎるため、オプションはだいたいがはきり出るオンと裏地など分野をうに限定した。カスタマイズでは顧客が迷走時間まで見届けられなくすのもポイントだ。サロンに来る顧客の多くは毎日こんな服装で仕事に

出かけるが頭を悩ませたり、スタイリング提案へのニーズは高い。同サロンは顧客の体形や購入履歴などからお薦めの生地や色をアドバイスする。自分のスタイリングの軸となるパターンを持って、毎日の服装に悩まずにすべと好評だ。接客では顧客の着心地への好みや細かなこだわりを感じ取るように努めている。個性に合わせてお薦めをすれば仕事やプライベートの相談相手になれる。店のロイヤルティも高まる。きめ細かな対応が受け、最近はお姉さんや親子で店



ワタシでは画面だけでなく、実際のハーツを当て合わせて決め、写真上、東京渋谷区。キリは30計測機で足を測定。30秒ほどで結果が出る(同下、発表会での写真)

「特別な空間」リピート促す
トを重視する顧客に特に喜ばれているという。店とネットを連動させる「オムニチネル」対応も充実している。店での注文の途中でもデータ保存やメールへの添付が可能。ある程度まで店で決め、最終的には自宅からネット経由で買いたい顧客が重宝している。一方で、ネット上では実感できない点を確かめるためにわざわざ店に足を運ぶ人も見られる。オムニチネルに敏感な女性ほど店

使いや質感の細かな違いを大切にしている。こうして人が待たずにサービスを利用できるように、店では事前予約を勧めている。オーダーメイド靴が主力の婦人靴専門店「KIEBE RA(キエビエ)」を運営するキエビエ(東京・中央)は今年に入って、急ピッチで店舗数を増やしている。店

カスタマイズ対応はもうなる顧客ニーズを引き出すことにもつながっている。例えば足の長さ、左右で2・5センチ以上違いは会員が4割を超えており、どちらかの足のサイズを合わせ買っているのが現状だ。そこで左右のサイズ差を1センチ注文できるサービスも11月に始めた。

キエビエの現在の会員数は約4万人。1回でも足型を測れば会員になり、ネットで注文することも可能だ。それでも店に足を運んで注文する人は半数近くいるという。女性は足のトラブルを抱えやすいが、悩みを気軽に相談できる場所として、わざわざ店に来てくれるのだ。

「リピート」の鍵は「顧客の期待を超える」ことだ。3社はカスタマイズを売りにした「2」の注文と顧客満足度の向上に注いでいる。(アソシエイト代表 塚本博之)