

**特別企画**

# テレビ販売を強くする 必須アイテム

**15選**

テレビがもっと面白くなる

売り場提案力で単価アップ

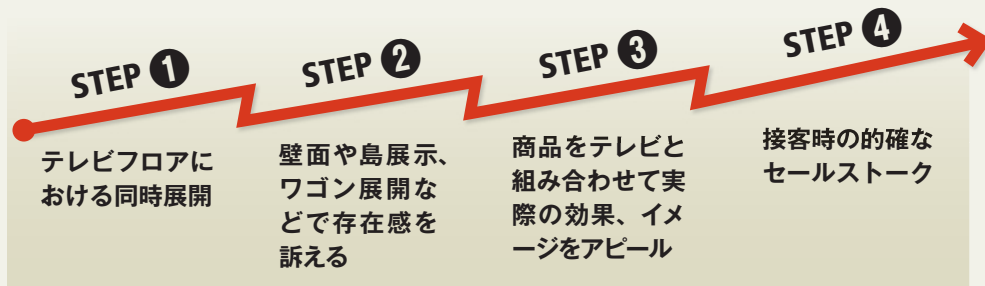
**テ** レビ販売における客単価アップの糸口は、お客様の不安や不満をどう解消してあげられるかだ。どの店頭でも見受けられるアイテムひとつとっても、お客様へのアプローチの仕方により、実績には大きな差が認められる。商圏にあわせた品揃えやアイテムごとのターゲットの明確化など、市場での変化にあわせた見直しは欠かせない。

周辺商材の訴求にあたっては、テレビフロアにおける同時展開が基本となることは言うまでもない。壁面を利用した集中展示や島展示でのアピール、ワゴン展開など、その存在をきちんとアピールし、売り場を回遊するお客様の視界に印象強く収めなくてはならない。さらに、必要なものはテレビと組み合わせ、実物を展示するなど、疑心暗鬼をぬぐい去ることも大切なポイントとなる。

そして、もっとも重要なのが、接客時にきちんと、これらのアイテムに対する的確な提案が行えているかどうかだ。

単品販売から脱却し、次のビジネス、お客様の次の来店・商品購入につなげられる

テレビ販売の強化は急務の課題だ。



Keyword

**安心**

不安解消でテレビがもっと楽しくなる

**録画テレビ**

**女性層・年配層の潜在ニーズを引き出し録画機トータルでの売上増を実現**

操作の難しさやセッティングへの不安から、レコーダーの購入に難色を示していた女性層や年配層をも取り込める商品。録画モードを絞り込むなど、「かんたん録画」を前面に打ち出した商品もあり、BDレコーダーとの競合商品ではなく、BDレコーダーでは掘り起こせない層を喚起することもできる商品と位置付け、プラスオンの売上増を積極的に狙いたい。

HDD内蔵型、HDD外付け型、BD内蔵型、HDD&BD内蔵型など選択肢も多彩になった。例えば、ビデオレンタル店の利用頻度の高い

お客様にはプレーヤー機能も兼用できるBD内蔵型をお薦めするなど、お客様のニーズにより適した提案で、ハードルをさらに引き下げる提案にも工夫を凝らしたい。

また、録画したコンテンツの使用価値を高めるという視点から、「DLNA」によるホームネットワーク提案は今後の取り組み強化が求められるテーマだ。プライベートルールの2台目・3台目テレビ需要を喚起するためにも、DLNAの特長をデモできるセットを、これからは是非、店内に実現していきたい。



コーナー展開も珍しくなくなった「録画テレビ」コーナー。お客様の高まりつつある関心に応えたい