

# NTT東日本 BUSINESS

## 特集

家電量販店における  
光の新たな販売手法の創造  
（埼玉オリジナルアプリ  
「るけつとスイング」による光拡販）

## 提案のヒント

### 「Bizひかりクラウド 安否確認サービス」の 取り組みと導入事例

ビジネス&オフィス営業推進本部 ソリューションエンジニアリング部

## インフォメーション

### 株式会社ナビタイムジャパンとの協業による FREE Wi-Fiの利便性向上

ビジネス開発本部 第三部門



## インフォメーション

### 「平成25年度 営業チャネル優良事例総合発表会」の開催

営業推進本部 営業部

## 提案のヒント

### 公衆無線LANアクセスポイント 「光ステーション」の地域FMラジオ局を 中心とした利用事例 ～福島支店の取り組み～

ビジネス開発本部 第二部門



## サービス&プロダクト



### 新たな慶祝用電報台紙 「くまのプーさんDENPO(ハートをキュッ)」 販売開始

～NTT東西オリジナルデザインのキャラクター電報～

営業推進本部 事業推進部

©Disney. Based on the "Winnie the Pooh" works, by A.A. Milne and E.H. Shepard.

## マーケティング

販売台数日本一の車を  
どうコミュニケーションするか  
～「アクア」の共成長マーケティング～



株式会社トヨタマーケティングジャパン

# 3

MARCH  
2014

# 家電量販店における光の新たな販売手法の創造 ～埼玉オリジナルアプリ「ろけっとスイング」による光拡販～

タブレット端末は、豊富なアプリによる利便性や、利用場所を選ばない携帯性などのメリットがあり、お客さま提案などの営業活動においても活用されるケースが増えています。本稿では、家電量販店において、タブレットを利用したオリジナルアプリを開発し、光の拡販に成功した埼玉支店の取り組みを紹介します。

## 背景・課題

土休日になると千数百人以上のお客さまが来店される家電量販店は、フレッツ光最大の販売チャンネルです。来店されるお客さますべてに提案する「光の100%アプローチ」が重要ですが、現状の店員、販売スタッフのリソース数では完備に至らず、新たな販売の仕組みづくりが課題でした。

2013年5月、店舗スタッフの何気ない一言「ロボットがあればいいのに!」という声をきっかけに「ろけっとスイング・アプリ」の開発検討が始まりました。

## 「ろけっとスイング・アプリ」

「ろけっとスイング・アプリ」とは、タブレット端末を活用した動画サイネージ・アンケートなどのオリジナルコンテンツ配信機能や、Eメールによるお知らせ機能を有する

Androidアプリケーションです。

家電量販店の売り場コーナーに設置したタブレット端末に配信されるフレッツ光を訴求するコンテンツに興味を持ったお客さまが、タブレット画面をタッチすると、お知らせ機能により販売スタッフの業務用携帯電話にEメールが送られます。

フレッツ光の成約確度の高いお客さまが、みずから「フレッツ光の提案を受けたい!」という能動的なシーンを創造する画期的な仕組みになります。

また、アンケート機能では、店頭やエントランスなどに設置した端末から「自宅のインターネットは何をお使いですか?」などのアンケートにお客さまが答えると、結果がEメールで瞬時にスタッフへ送信される仕組みとなっています。お客さま属性などのユーザーリサーチを簡単に行うことができます。

スタッフを配置しきれない場所へはサイネージ型端末、多くのお客さまが往来する店頭やエントランスなどへはアンケート型端

末を設置することで、家電量販店におけるフレッツ光の訴求力アップを図っています(図表1)。

## トライアル内容・成果

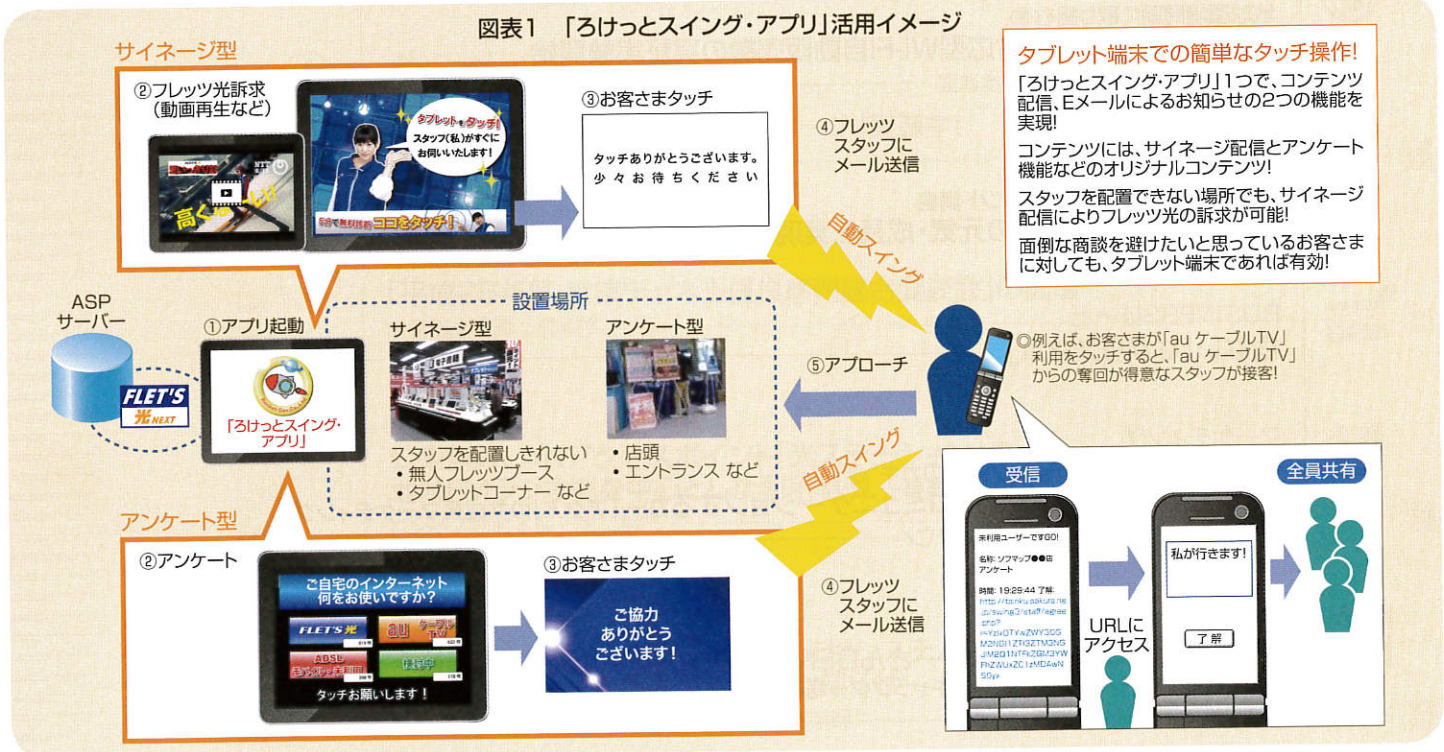
### <第1弾開始>(2013年9月)

トライアル展開に当たっては、NTT東日本パートナー第二営業部門と連携し進められました。

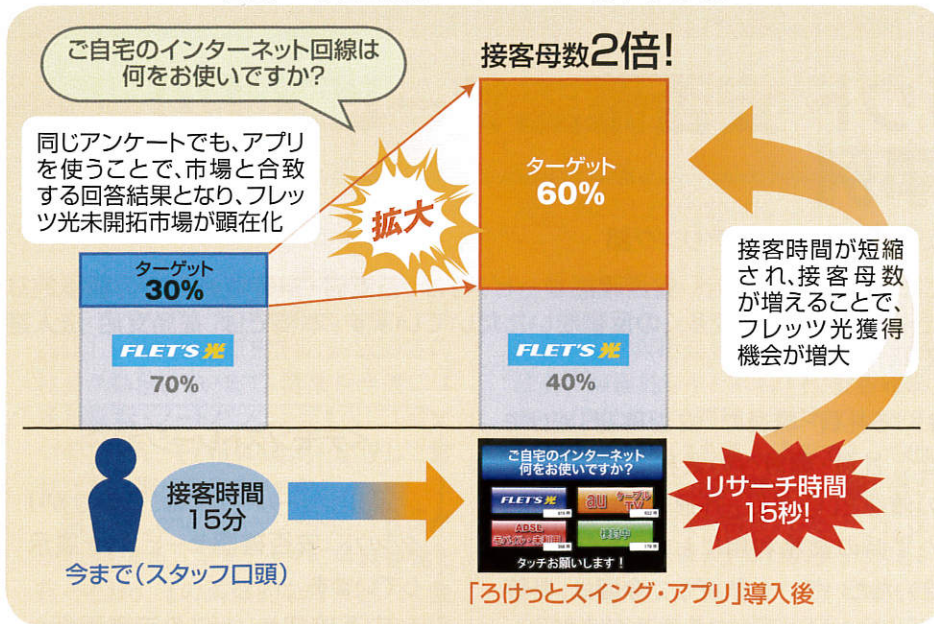
9月、サイネージ型の試供版アプリが完成。第1弾として「思いっきり割」CMなどのコンテンツを埼玉管内のソフマップにて配信。すぐにお客さまからの反応があり、導入初月にもかかわらず120通のメールが販売スタッフに送信されました。

しかし、販売スタッフが少数の場合、メールが送られても接客中ですぐに駆けつけられなかったり、駆けつけたとしてもフレッツ光ご利用中のお客さまであったりと、成約につなげるためには、オペレーションと

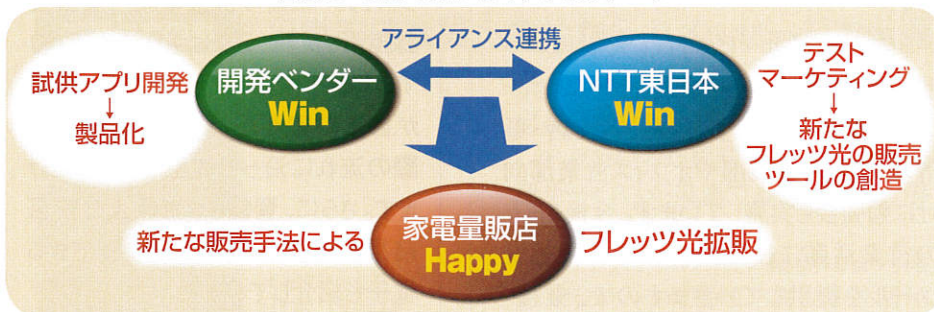
図表1 「ろけっとスイング・アプリ」活用イメージ



図表2 家電量販店におけるフレッツ光市場の実態



図表3 Win-Winアライアンスイメージ



コンテンツの改善が課題として残りました。

<第2弾開始> (2013年10月下旬)

上記課題を踏まえて仕様追加されたのが第2弾のアンケート型アプリです。先に述べたアンケート機能を用いて、店頭でインターネット利用状況などのユーザーリサーチが効率的にできるようになりました。

これまで、インターネット利用状況のリサーチは、それぞれのスタッフが独自の接客トークでお客さまから聞きだしており、相当の時間を要していましたが、「ろけっとスイング・アプリ」を使いタブレットにワンタッチしていただくことで、手早く数多くのリサーチができるようになりました。接客時間が大幅に短縮され、スタッフ1人当たりの接客母数が増えたことでフレッツ光の獲得機会が膨らみました。

また、接客トークで「インターネットは何をお使いですか?」と聞くと、面倒な商談を避けようと、「すでにフレッツ光を利用しています」などと回答されるお客さまが多く、家電量販店に来店されるお客さまの約7割がフレッツ光利用者という結果が出て

いました。しかしながら、アプリを利用してアンケートを取ると、市場と合致する約4割が「フレッツ光利用者」であるという回答結果となりました。家電量販店におけるフレッツ光の未開拓市場を切り開くことができたのです(図表2)。

オペレーション面では、アンケート結果を全スタッフへメール送信することでお客さまに即時対応したり、メール管理をしているリーダーが、近くにいるスタッフに接客を指示したりと、工夫・改善がなされました。「ADSLご利用者様ご来店!真っ先に提案に行け!」などといった理想的なシーンが実現できたのです。

アンケート機能の仕組みを利用し、フレッツ光ご利用のお客さまには赤い袋、他社ユーザーには青い袋を粗品として渡すことで、店舗スタッフにお客さまの利用属性が瞬時に見分けられる「ターゲットの見える化」も実現しました。

ソフマップ大宮店におけるフレッツ光販売実績は対導入前1.9倍と大変大きな

成果となりました。

また、ソフマップ以外では、コジマでもイベントと絡めて活用し、大きな成果を得られています。

開発経緯

アプリの開発は、ベンダーとのアライアンス連携を組むことで開発費ノーキャッシュを実現しました。ベンダーはアプリの試供品を製作、NTT東日本 埼玉支店は試供品のテストマーケティングを行い、仕様改善のアドバイスをする。実際家電量販店で検証ができることでAndroidマーケット製品化に向けたクオリティの高いアプリが開発可能となることから、ベンダーも力を入れて製品の開発を進めました(図表3)。

今後の展開

今後、第3弾としてビックカメラなどのステーション型の大型家電量販店でのトライアル拡大を予定しています。併せて、多くの販売スタッフの声も取り入れ仕様追加をすることでアプリの機能拡充を行います。クオリティの高い新たな光の販売ツールを創造し、NTT東日本のフレッツ光拡販に貢献していきます。

<関係者の声>

【フレッツスタッフ】  
ソフマップ大宮店  
茂田井リーダー



「ろけっとスイング・アプリ」

の導入により、スタッフの動きが見違えるようになり変りました。導入後の大宮店の成績も12月から2カ月連続1位となりうれしい限りです。今後も積極的にアプリを活用して成果倍増につなげていきます。

【開発ベンダー】  
(株)ろけっと開発  
宇田川社長



アプリ開発は弊社の得意分野であり、仕様案をNTT東日本様からご提供いただき、良いアライアンスが組めたと喜んでます。今後もこのような独創・先駆的なチャレンジには弊社も積極的に協力したいと考えています。

●問い合わせ●

NTT東日本-埼玉 営業部  
代理店営業部門 ディーラーアカウント担当  
龍見、宮崎、小尾、中島  
(048) 714-3311  
E-mail: dai-2@ml.saitama.east.ntt.co.jp