

How To 商い

POP内製を支援

印象に残る店には来店客の流れや季節の変化に合わせた売り場作りがある。だが「朝市に祭りの雰囲気を出すPOP（店頭販促）が欲しい」と思っても、効果的なものをタイムリーに掲示できなければ販売機会を逸してしまう。自分で見栄えのいいPOPを作るのは難しく、消耗品の資材などを手配するのも手間とコストがかかる。

広告・販促関連資材メーカーのベルアドワイズ（名古屋市、小森弘道社長）は、カウンセリングと割安な資材提供をセットにしたPOP内製化支援サービスで、こうした個店の悩みに対応している。

アイデアや資材、一括提供



営業マンは各店の個性に合うPOPを「雨の日」や「運動会」と

いった様々なケースに沿って企画し、必要なパネルやフラッグなどの資材も提案する。資材はメーカー品も含め同社が直販するので、調達コストも抑えられる。最近普及している高性能・低価格のプリンターを用意しておけば、個店は営業マンのカウンセリングをもとに、欲しい時に質の高いPOPを

店内で手早く、安く作れる。

同社は2002年に、大手メーカー品も含む8000アイテムのPOP資材や消耗品をカタログ化したサイト「SignWeb」を立ち上げ、顧客がインターネットで自由に検索・発注できる環境も整えた。最近ではエコを意識した資材の開発にも取り組んでいる。

アイデア提供からコスト削減・時間短縮、さらにブランドイメージ管理に至るまでPOP作りのソリューションを一括提供する企業はまだ少ない。この「ワンストップ」サービスを機に、顧客層は中間流通業者から、最終需要者である個店へとシフトが進んでいる。（マーケティングプランナー

上杉恵子）