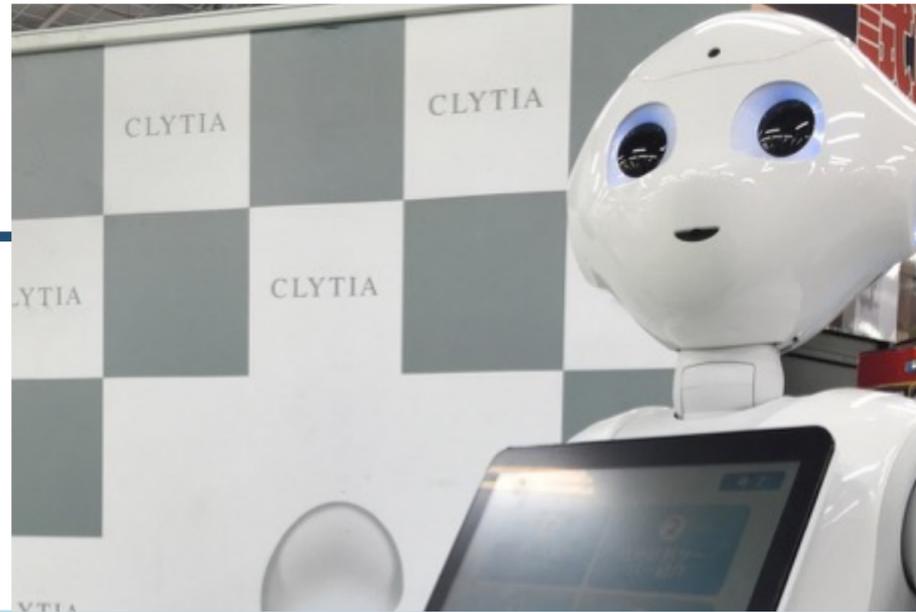


導入事例

Case Study

家電量販店やショッピングモールでの集客に「Pepper for Biz」を導入。契約数は最大40%アップ



ナチュラルミネラルウォーター宅配事業を展開する株式会社ウォーターダイレクトは、家電量販店やショッピングモールでのデモンストレーション販売が主な営業チャネルです。主要ターゲットのファミリー層に対する集客力を強化するため「Pepper for Biz」を導入したところ集客数10%以上増の実績をあげました。

課題と導入効果

課題

商業施設での集客を行うための販促企画は瞬間の効果は見込めても持続するのが難しい。

効果

「Pepper for Biz」の設置で人だかりができるほど効率的な集客につながりました。

課題

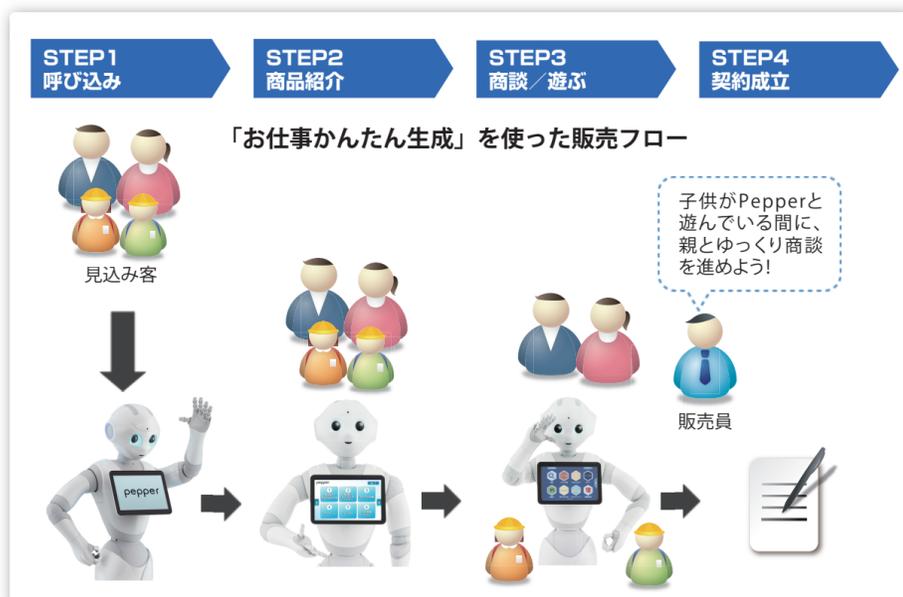
従来のデモ販売では、店舗スタッフが顧客との会話のきっかけをつかむのが大変でした。

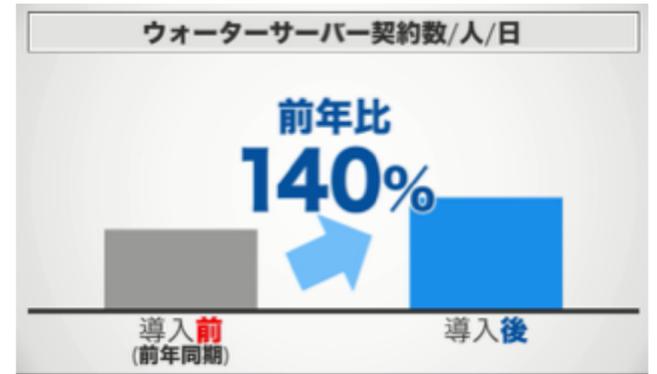
効果

「Pepper for Biz」のアプリで商品紹介を見せた後では、自然に営業トークを始められます。

主に個人宅向けにナチュラルミネラルウォーターの宅配事業を展開するウォーターダイレクトは、顧客獲得のために年間1万回を超えるデモンストレーション販売を日本全国の家電量販店やショッ

ピングモールで行っています。ファミリー層を呼び込むために注目したのが「Pepper for Biz」でした。売り場に設置すると、すぐに人だかりができるほどの集客効果が発揮されました。従来のデモンストレーション販売では、販売員が近づくだけでお客様が売り場から離れてしまうこともありましたが、「Pepper」に搭載した商品紹介アプリを見ている人に販売員が話しかけると、スムーズに会話を始められるといいます。また以前は、親との会話中に子供が退屈してしまうこともありましたが、今では子供が「Pepper」と遊んでいる間、ゆっくりと親と会話できるようになりました。来店客の少ない平日の集客効果が大きく、前年同期比で契約数が約140%増加。スタッフ1人1日あたりの接客数も15人から20人に増加しました。





「Pepper for Biz」の導入により、ウォーターサーバーの契約数は前年同期比で140%増加

お客様の声



株式会社ウォーターダイレクト
執行役員 営業本部長 兼 台湾支店長
加治木 博志 氏

以前から販売活動にロボットを活用できないかと思案していたので、2015年11月にソフトバンクから「Pepper」が発売されるとすぐに導入を決めました。集客力に関しては期待どおりの成果が上がっています。集客数は売上に直結しますから「Pepper」導入による売上増は間違いありません。現状では「Pepper」が集客した見込み客を販売員が引き取って契約まで進めていますが、今後は「Pepper」に搭載されたタブレット端末から直接コールセンターにつながるなど、人を介さない販売方法を実現できないかと考えています。



株式会社ウォーターダイレクト
営業本部 営業推進部
営業業務チーム リーダー
岩原 俊司 氏

「Pepper」が納品されて2時間ほどで基本操作を覚えられるほど運用管理は簡単です。独自アプリは標準搭載されているテンプレート機能「お仕事かんたん生成」を使って作成しています。テンプレートは「接客」「受付」「フリー」の3種類あり、当社では商品説明アプリのショートバージョンを「接客」、ロングバージョンを「フリー」で作成し、さらにゲームやダンスのアプリも活用しています。管理者用の操作画面も分かりやすく、マニュアルを読まなくても直感的に操作できます。

導入企業情報

会社名：株式会社ウォーターダイレクト

本社：東京都品川区大崎 4-1-2

創業：2006年10月13日

URL：<http://www.waterdirect.co.jp/>

社員数：192名（連結）

※記載内容は、2016年2月現在のものです。