

RICOH Handy Printer

小売業向けECサイト 連携ソリューション

お客様導入事例

店舗とECサイトの相互補完のため、
「RICOH Handy Printer」が効果を発揮。
4°Cブランド全体の売上げアップへ。



リコーの「RICOH Handy Printer 小売業向けECサイト連携ソリューション」は、店舗での接客の際に、販売員が手書きしていた商品情報をQRコード化し、「RICOH Handy Printer」で印刷してお渡しすることで、お客様のECサイトへのアクセスが容易になり、ECサイトでの購入を促進することで、全体の売上げアップに貢献します。今回は「4°C」ブランドを中心としたジュエリー事業を主に展開されている株式会社エフ・ディ・シィ・プロダクツ様に、その導入の経緯をお聞きしました。エフ・ディ・シィ・プロダクツ様は、1972年に「4°C」ブランドを世に送り出して以来、全ての女性に「美しさ」と「ときめき」をお届けすることを使命とされています。





株式会社エフ・ディ・シィ・プロダクツEC営業部EC営業課
伊藤直輝様

「RICOH Handy Printer」を導入された、 部署(店舗)についてお聞かせください。

弊社のEC事業を担当する部署で、「RICOH Handy Printer 小売業向けECサイト連携ソリューション」(以下、「RICOH Handy Printer」)の直営店舗への導入を進めました。近年の小売業界のトレンドは、実際の店舗とECサイトが相互補完的な役割をもって売上拡大することが理想とされていますが、2019年時点の弊社の状況では、店舗とECサイトの関係性はまだ強くなく、それぞれ別のお客様という考え方方が残っていました。そういう中で、店舗とECサイトの関係性を強めながら、「4°C」ブランド全体としての売上げを伸ばしたいという思いがあり、そのひとつの方策として「RICOH Handy Printer」に注目しました。

実際の店舗での販売活動とECサイトの 関係性についてお聞かせください。

お客様の購買行動として、店舗で商品をご覧になり、気に入ったものがあれば試着されます。ただし、その場ではお買い上げにならず、いったん家に帰ってゆっくり考えられてから、ECサイトでご購入になるケースが見受けられます。そこで店舗で接客の際、手書きの商品情報の控えをお渡していました。お客様が商品をもう一度見たくなった場合、ネットでブランドを検索したり、ECサイトで探し直すことなく、すぐ商品にアクセスすることができれば、店舗・ECサイトがシームレスに繋がり、お客様の購買行動がスムーズになると考えたのです。あと、ある販売員が発行したQRコードからECサイトの売上げが上がった場合、その販売員の成績として扱えることもあり、モチベーションがアップするという側面もありましたね。

現場をデジタル化することで接客時間が増加、 お客様とのコミュニケーションがさらに深化。

「RICOH Handy Printer」導入以前の お困りごとなどありましたらお教えください。

従来は、販売員が自分で手書きした商品情報の控えをお客様にお渡していましたが、そこにはいくつかの課題がありました。それはいちいち手書きで商品(ジュエリー)の形状や型番を記入しなければならないため、接客に時間を取られてしまうこと、販売員の技量によって、商品情報の分かりやすさに差が出てしまっていたことなどです。それらの課題に対して、店舗にすでにあるプリンターを使って、A4サイズ用紙の控えを作成することも考えましたが、お客様にお渡しするにはサイズが大き過ぎるため、カード(名刺)サイズに印刷できることをコンセプトにしました。

「RICOH Handy Printer」採用のきっかけ、 またその理由をお教えください。

そこで第一候補に挙がったのが、「RICOH Handy Printer」でした。その名の通り、非常に取り回しが良く、実際の店舗運用においてもスムーズに活用できるメリットを期待しました。接客中に様々な商品情報(店舗コード・販売員コード・商品コードなど)をQRコード化し、「RICOH Handy Printer」で名刺の裏面にサッと印刷して、その場でお客様にお渡しできることが大きな魅力でしたね。また、導入にあたって気を付けたことは、販売員が問題なく使用できる環境づくりでした。パソコンの操作に慣れていない販売員が多い中で、直感的に操作できることがポイントになるため、専用のアプリケーションを提供してもらえる「RICOH Handy Printer」に優位性を感じました。

「RICOH Handy Printer」は接客の現場で、 どのように活用されているのでしょうか?

今まで手書きしていた情報を印刷に置き換えたことで、手書きの時間が大幅に短縮されましたね。また、名刺の裏面にQRコードを印刷することでECサイトへの導線も繋がり、お客様に多くの情報が提供できるとともに、店舗に行かなくてもQRコードから直接商品ページをご確認いただけるようになりました。さらに販売員からの一言コメントを添えることで、店舗や販売員に対するお客様の印象度も一段と深まったようです。商品情報をデジタル化することで、お客様とのコミュニケーションは親密になったと思います。現在、「RICOH Handy Printer」を導入している20店舗で、月に100件程度のアクセス数があります。

「RICOH Handy Printer」のコスト面や、 導入しやすさといった点はいかがでしょうか。

コストについては、売上げに直接結びつきにくい施策のため難しい部分もありましたが、リコーさんの尽力で導入に繋がったと考えています。店舗の導入には、事前にマニュアルを作成したため、混乱は起きました。実際の使い方を動画で撮影し、配信したことでも理解が深まった要因だと思います。また、バーコード設定アプリケーションの開発にも、非常に丁寧に対応していただきました。今後は、まず現状導入している店舗でのさらなる利用活性化を図っていきます。まだまだ理想的な活用状況には届いていませんが、上手に活用できている店舗の成功例を他の店舗へ波及させることに取り組んでいきたいと考えています。



※QRコードは、(株)デンソーウエーブの登録商標です。

※その他、本チラシに記載の会社名および製品名・ロゴマークは、それぞれ各社の商号、商標または登録商標です。

●お問い合わせ・ご用命は…

RICOH
imagine. change.

リコージャパン株式会社

東京都港区芝3-8-2 芝公園ファーストビル
〒105-8503

<https://www.ricoh.co.jp/printer/handy-printer/>