

経営戦略 ハンドレッド計画の取組深化

地域No.1を目指した店づくり

品揃え、商品知識、接客力を磨く

「“こだわり”の専門店の集合体」としてまず1番のこだわりポイントは豊富な品揃えで地域No.1になることです。

①「豊富な品揃えで地域No.1店を目指す」

店舗によって異なる地域特性や客層に合わせて品揃え拡充を担当者自らが行うことでニーズに対応します。お客様との会話の中から頂いた情報や導入要望、他業種のチェックやトレンドの先読みにより期待に応える豊富な品揃えを自主的にこだわり続けることでお客様の期待に応えていきます。

②「品揃え地域No.1=商品知識も地域No.1」

地域に合わせた品揃えや専門性が求められる商品を取り揃えることは商品知識の向上にもつながり、それが競争優位性となり、お客様の期待を超える驚きや感動を与えます。

③「商品知識地域No.1=接客力地域No.1」

店舗によって異なる客層に合わせた品揃えと、商品知識の幅と深さを追求し続けることでお客様の要望に応えられるよう日々勉強しています。接客力向上により、お客様に感動を与え、ほかのお客様を紹介いただいたり、SNSや口コミでお客様が増え、接客回数を重ねることで接客力がさらに身に付きます。品揃えだけではなく接客力でお客様の期待を上回るよう日々接客を行い、接客力地域No.1を目指します。

品揃え、商品知識、接客力の向上を行いながら、この積み重ねを繰り返すことでワクワクする売場が完成します。楽しみながらつくり込んだ売場でお客様にワクワクや楽しさ、驚きや感動を与えられる地域No.1を目指し続けます。



カメラレンズ全品お試し



最新の冷蔵庫実演中

変化に対応し、時代の半歩先を行く店づくりを

「あの販売員から購入してよかった」

「あの店で購入してよかった」

「ビックカメラで購入してよかった」

お客様の期待に応えるだけではなく、期待を上回るために店舗の販売員は現状の商品知識や接客力、店づくりに満足することなく、多様化するニーズや変化のスピードが速いトレンドに対応するためにお客様に寄り添い、自主性を持ちこだわりの地域No.1の専門店を目指しながら、「また来たい」と思ってもらえるよう日々工夫改善を行っています。

当社では大型家電商品からアクセサリまですべてのカテゴリに部門担当があり、毎月行動計画を立案しお客様により良い商品のおすすめと一緒に利用すると便利な商品などの展開を行います。日々の接客でお客様から教えていただく情報や過去の経験をもとに店づくりに変化を加えていきますので店づくりに完成がありません。新商品はもちろんですが、すでにある商品にもかかわらず提案した商品にお客様が気づき商品を手にとっていただいた時は非常にやりがいを感じます。接客力の向上と、店づくり・売場づくりに変化を加え続けることの答えがお客様の「また来たい」になり地域No.1のお客様満足度向上につながると考えています。

ワクワクする空間創造

お客様が足を止めていただければ、興味を持っていただいた証拠です。豊富な品揃えやお悩み解決、接客に納得されれば、購入いただくケースが増えてきます。お客様の生活がより豊かになるような売場提案を続けることで、商品を販売するだけではなく楽しい空間を提供することにも挑戦し、ビックカメラに行くといつも面白いモノや楽しいモノに出会えて、驚きや感動、ワクワク空間を楽しんでいただけるような売場づくりを行い続けていきます。



こんな商品あったのか!の展示

体験体感の最新モバイルプロジェクターコーナー

有楽町店 オーディオ担当
翁 ちとせ

お客様だけではなく、自身自身も楽しめる売場でお客をお迎えしたいという想いで、売場づくりを行っています。お客様が楽しそうに、時には驚きの表情で商品を手にとっていただけるのが喜びです。商品の魅力をより引き出せる売場を今後も作っていきたくと考えています。



営業統括部/営業部
店舗空間創造 課長
大島 豊

「194台展示するドライバーすべてを、お客様がお試しできるようにしたい!」
昨年移転した札幌店の担当者の想いです。新たに椅子に座ってお試しいただける場所も設けてオープンしました。お客様に寄り添った従業員の想いを具現化する店づくりを進めていきます。



固定概念を無くし、自由な発想で、
売場づくりを楽しむ!をテーマに。
常にチャレンジを!

執行役員 有楽町店店長 川崎 義勝

接客同様、売場づくりもとにかく楽しむ! 遊び要素を存分に取り入れ、ワクワクするコーナーをつくることで愛着が生まれ、さらなる探求心が芽生える。担当者のこだわりを盛り込んだ売場は、お客様の心も掴めると考えています。どこにも負けない地域No.1を目指していきます!

