



コロナ禍の今だからこそ顧客とダイレクトなコミュニケーションを

「セールスライブ」 ソリューション

株式会社フロンティアインターナショナル

October. 2020

- ・惣菜やパンなどは個別包装
- ・試食販売は原則中止
- ・レジではコイントレーで現金受渡を励行



直接手で受け渡しはしないということです。

デパートやドラッグストアでは、化粧品やカバンセリ、時に、真正面の立ち

試食販売中止

東武百貨店の沖縄展に来たけど、デパートでも試食もないので、食べ物苦戦しています。

アイスも食べられないから、買わなかったし。😞

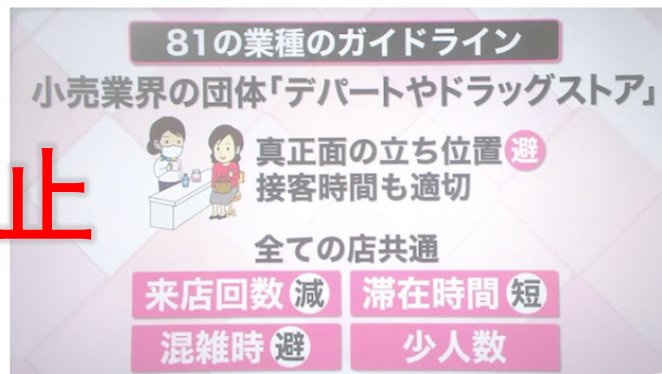
その代わりに、かりゆしウェアを2枚買いました。👕

午前11:39 · 2020年8月15日 · Twitter for Android

9月1日の数

さらに、全ての店に共通することとして

- ・来店回数を減らす
 - ・混雑時を避ける
 - ・滞在時間を短くする
 - ・なるべく少人数で入場
- などをあげています。



こうしたことは客の理解と協力を得るために、店側も積極的に呼びかける必要があるとしています。

これは緊急事態宣言が解除されたあとも引き続き、こういうことをやってくださいというガイドラインです。

昆虫食は食糧危機を救う？ 企画展、試食はコロナで中止

昆虫食は食糧危機を救う？ 企画展、試食はコロナで中止

寺沢尚晃 2020年7月6日 11時34分

シェア ツイート B! ブックマーク メール 印刷



に見る子どもら
群馬県桐生市新里

群馬県 立ぐんま昆虫の森（桐生市 新里町鶴ヶ谷）で企画展「昆虫食展」が4日から始まり、多くの家族連れが訪れている。

昆虫食は国内外で例があるが、現在は世界的な食糧危機を救う食材として注目されている。展示では、国内の昆虫食の例をパネルで紹介しているほか、海外で実際に食べられている虫のレプリカや、ココロギのパウダーを使った加工食品なども展示されている。

当初は昆虫食の試食コーナーの設置も検討していたが、新型コロナウイルスの影響でとりやめになった。企画した同館の茶珍（ちゃちん）護さん（42）は「最初は『わー、食べられない』でも構わないが、昆虫食は実は身近で、将来性もあるんだと

今はコロナでデパ地下も物産展もスーパーもカルディコーヒーファームも試食試飲ができないね、つまらんね。

午後4:22 · 2020年8月20日 · mixiボイス

これまで当たり前にあった売り場におけるリアルな販売促進の機会が制限されている現状

コロナ禍を踏まえたマーケティング

—企業と生活者とのタッチポイント—



リアルな場におけるタッチポイントの制限・減少

マーケティング活動において制限された既存接点での工夫が必要

現在試飲試食や対面での接客が制限・限定化されることで、非対面の新たな販売手法が求められている。



既存のマーケティング活動に取って代わるのが…

セールスライヴソリューション

コロナ禍の今だからこそ 顧客とダイレクトなコミュニケーションを！

「セールスライブ」ソリューション

生活者との重要なタッチポイントである買い場において、買い物客を惹きつける体験を提供することで新たな生活様式における売りに繋がるソリューションをご提案します。

非接触の対面コミュニケーション
＝ オンライン実演販売



人を惹きつけることに特化した
実演販売芸人



※画像はイメージです。

Point 1

オンラインでもリアルな臨場感

ライブ配信ならではの「非対面双方向コミュニケーション」の実現
配信拠点を中心とした全国各地のお客様を繋ぐ臨場感ある接客

1箇所の配信拠点から
全国複数店舗に
同時中継

福岡店のお客さん、
こんにちは！
こちらにいらして
是非見てください！

札幌店のお客さん、
福岡のお客様と一緒に
ご覧ください！

福岡店



札幌店



Point 2

販売スタッフのトーク力

常日頃から「完全実力勝負」の話術の世界で生きている彼らは、販売における重要な要素の全てを兼ね備えている

販売スタッフ



お客様にダイレクトに商品の特長や魅力を
わかりやすく伝え、購買意欲を掻き立てる販売のプロ。
お客様を惹きつけ購入につなげるます。

各商材に合わせた販売スタッフを起用し、
販売効果の最大化を狙います。

芸人販売員

各地域に
親和性のある
芸人を起用想定



さくらだモンスター

<主な経歴>
・E-3STAGE「ゴッタニ」優勝
(2020.1.5)
・「お笑い全日本カップ 2018,2019」
準決勝進出



すこつとらんど

<主な経歴>
・K-PRO「トルネードライブ#13」
優勝 (2019.12.14)
・U&Cエンタプライズ「パワーオブ
フリー5」優勝 (2019.11.17)



プレッシャー中谷
Takafumi Nakaya

<主な経歴>
・2013R-1グランプリ2回戦進出

ステージ経験が豊富で、知識の吸収力が高く、様々な商品対応力に優れた
実演販売芸人部隊は、日々様々なイベント・キャンペーンが展開される売り
場において**他社オンライン実演販売と差別化**する、
特別なアドバンテージとなります。

日常的にステージに立つプロフェッショナルなお笑い芸人集団を、
販売の「**加速装置**」として、ご提供致します。

Point 3

『売り』に繋がるコンテンツ

購入のフィニッシュワークの場と言える売場において、人を介した訴求プロモーションが非常に重要となる

店頭販売における重要な 4 要素

1 「まずは気づかれなければならない」

幾ら専門的な知識を有していても、お客様にお伝えするためには、視覚的・聴覚的に、気づきと注意を与える必要がある。
⇒人を惹きつけるスキル

3 「納得出来なければ、商品は購入しない」

パフォーマンスが優れていても、お客様はお笑い同様、常にシビア。その商品の価値を伝えることが出来てこそ始めて、購入が成立する。

⇒人のココロを動かすトーク構成力

2 「買い物は楽しいものであるべき」

お客様にとって、+αの買い物体験は、おしつけであってはならない。楽しく、納得して購入することで、買い物体験だけでなく、購入後の商品満足度も向上する。

⇒楽しい場の演出力

4 「購入行為自体がコンテンツ」

例えて言うなれば、東京ディズニーランドの「ジャングル・クルーズ」。その力と技術を備えた存在は、実演販売などの場において、類い希なる「パフォーマンストーク」を有する。

⇒商品価値を更に高める

実施イメージ

プレゼン型コンテンツ

商材説明をメインで実施。
商材本来の性能・魅力と実演販売芸人のトーク力で
販売効果最大化を図る



商品説明



商品レビュー
紹介

実演型コンテンツ

商材の体験をメインで実施。
実際に体験している画を見せながら、
商材の魅力を最大限に伝える。



実演

<調理 等>



感想
レポート

放映スケジュール・コンテンツ

1日のスケジュール

午前
9:00
|
13:00

計4ターン

①

②

③

④

昼休憩

午後
14:00
|
18:00

計6ターン

⑤

⑥

⑦

⑧

⑨

1ターン内容

中継
(30分)

ループ
放映
(30分)

実演販売（中継）

複数店舗同時中継で実演販売を実施。
決められた時間にて1日に複数回実施。

店舗情報

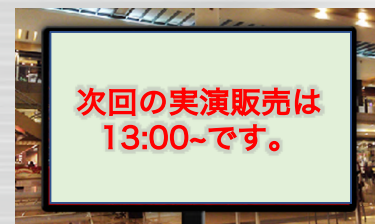
店舗におけるキャンペーン情報や、お買い得
情報をお知らせするメディアとして活用。

メーカー広告

広告メディアとして協賛メーカーの広告
枠として活用。

次回実演販売告知

次回実演販売の実施時間の告知
メディアとして活用。



展開と効果



設置・設営イメージ

機材の事前送付・当日設営 / 実施運営 / 撤去まで一括サポート致します。



モニター
(45インチ想定)



Webカメラ
スピーカー



配信PC+システム



キットの事前送付
当日設営



配信オペレーション
(撮影)



※ネット環境は店舗様でご準備いただく想定。
店舗側でネット環境がない場合は要調整。

展開概要

- 実施場所 全国の流通・小売店でモニターから配信
複数店舗で同時接続し各店舗同士も繋がるオンラインライブ中継
- 実施期間 1ヶ月程度を想定（曜日限定）
- 実施時間 9:00～18:00（目安） ・ 1回30分で30分おきに配信
※店舗の混雑状況に合わせて適宜調整
- 出演者 実演販売芸人
（事前に各商品理解のためのトレーニングを実施）
- 実施内容 商品訴求のための実演パフォーマンス
- 対象商材 食品・日用品・家電等

当社実績

メーカー・流通両方の豊富な実績多数。

■食品メーカー・流通



■製菓メーカー



■携帯メーカー



■その他



可能な限りご要望にお応えした安価なメニューをご提案いたします。
お気軽にご連絡ください。

1週間 3 日間から実施可能

実施店舗数、実施期間についてはご相談ください。

「セールスライブ」に関するご質問は下記までご連絡ください。

株式会社フロンティアインターナショナル
第二営業本部 リテールプロデュース部 田中
03-5468-2134 / tatsu-tanaka@frontier-i.co.jp