

ショップカードを設置しませんか？

「東京アートクラフトフェスタvol.3」では、感染拡大のリスクを減らすため、過去2回の開催でご好評をいただいております「記念スタンプ」企画を中止し、ご来場の皆様向けに「ショップカード集め企画」を実施いたします。お客様がブースに立ち寄るきっかけを作り、なおかつSNSのフォロワー増や、作品販売のオーダー増などのPRにもつながる「ショップカード」を設置しませんか？

ショップカードとは？名刺と違うの!?

ハンドメイドの世界では、一般的にはお仕事を受けるための窓口（メールアドレス・電話番号・住所）などを記載した作家個人の連絡先情報を記載したものを「名刺」と呼ぶことに対し、「ショップカード」は活動する屋号（ショップ）のPR情報を記載した「広告物」という位置付けになります。

ショップカードには何を記載すればいいの？

販売促進やSNSのフォロワー増につなげるための広告物として、表面・裏面には屋号や作家のプロフィール、活動内容、SNSアカウント、ホームページやブログのURL、QRコード、オーダー制作や教室のPRなどを記載しましょう。作品の写真を掲載したり、消しゴムはんこ作家さんであれば、1枚ずつ消しゴムはんこを捺すことでオリジナリティを演出でき保管率の高いショップカードになります。サイズはお客様が持ち帰りやすい大きさであることと、1枚あたりのコストを考慮すると名刺サイズ以下がおすすめです。配布しきれなかった場合を考慮し、他のイベントや活動においても配布できるよう長期にわたって使用できる情報を記載しましょう。



●記載見本：実際のショップカードには作品見本の写真を入れたり、紙質のこだわったり、「持ち帰りたい」「保管しておきたい」と思っていただけのものにしましょう。

追加注文や修理時の問い合わせ窓口としても

ショップカードの配布はお客様の「安心感」にもつながります。作品の販売時にショップカードもお渡しすることで「おそろいのものをもう一つ欲しい」「お友達に見せたらどこで買ったか教えてほしいと言われた」という際に、とても役立ちます。

また、ハンドメイドイベントによっては、お客様の不良品交換対応のため、ショップカードを必ず購入者に配布することをルールとしているところもあります。ショップカードを用意することは、ハンドメイドイベントで作品を販売する時のマナーのひとつになりつつあります。

印刷代がもったいない？ 広告費として考える

ショップカードを用意するにあたり、紙代や印刷代、そして制作時の費用もかかります。「無料で配る」ことに「もったいない」と感じる方もいらっしゃるのではないのでしょうか。けれども出展料を払いイベントに出るのですから、ハンドメイド作品に興味を持つお客様（いわゆる「見込み客」）に何もアピールできずに終えることの方がもったいないことかもしれません。ショップカードは広告費・宣伝費と捉え、知名度のアップや、見込み客の獲得目的のための必要なツールとして考えましょう。