

## 第8回 売上拡大のための施策のポイント

多くの方が厳しい環境下にあつて、売上げを上げることは難しいことと感じていると思いますが、企業の活力を高めるためには、売上げ拡大は欠かせません。しかし売上げを上げるためにどれほどの取り組みをしているのでしょうか。まだまだやるべきことがあるはずです。売上げを確実に上げ、しかも持続させるためには、徹底した仕組みそのもの見直しとあわせ多くの改善、改革が必要なのです。

そこで今回は皆さん自身が、下記の手順に従って売上げ拡大のための改善実行プランの作成を試みてください。

### 売上拡大のための施策の4の着眼点

#### 1. マーケット環境分析(外部環境分析)

小売業は、マーケット適応型ビジネスであり、売上げをあげるためには徹底したマーケットの掘り下げと分析が不可欠です。従ってマーケット環境分析がスタートの第一歩です。多面的角度から新たなる取組みにむけての課題抽出と問題解決の糸口を探しましょう。

##### 1. 立地再評価

立地7割、MD3割と言われる小売ビジネスでまずやるべき事は、立地の再評価です。これにより、これから進める商売の組立て、営業施策は大きな影響を受けます。

##### 2. マーケット分析

商圈の実態、競合関係、顧客分析と顧客ヒアリング等による顧客から見た問題点、改善点、強化課題の抽出を行います。特に顧客分析と競合店分析を重視します。

#### 2. 店舗分析(内部環境分析)と店舗力アップの検討

マーケット分析を踏まえ、現状のMDと店舗の組織・マネジメント体制の分析を通じ売上げ拡大に向けた新たな改革案を作ります。商品力だけでなく現場のマネジメントレベルを上げない限り効果は長続きしません。そのため人、商品、店舗展開等全てにわたって検討してみましょう。

### 1. 売れる商品確保とMD編集の仕組みづくり

マーケット・商品情報の収集・活用、MD 計画とそのフォロー、取引先の棚卸等々商売の仕方にもよりますがいかに早く売れ筋を確保し、適確に在庫管理ができるか、これが今以上に改善されればで売上げは大きく変わります。その仕組みができていますか。

### 2. 店長のマネッジレベルと販売員の質・数

組織は、そのトップのレベル以上にはなかなかならないものです。日々の商売を大事にする小売業にとって、店長のレベルアップと動機づけはきわめて重要です。店長が優秀であれば部下も育ちます。同時に販売員のレベルと志気を上げることができれば売り場は大きく変わります。それだけでもできれば売上げは伸びるものです。販売体制の強化についてはトータルに検討を加えます。

### 3. 組織・人事制度(責任権限とインセンティブ)

人と商品がうまく回らなければ売上げは作れません。そのためには組織と人事制度の見直しまで踏み込むことが必要です。販売員のやる気をどう高めるか、そのための仕掛け作り、顧客情報を収集し活用できる仕組み。もし本部制をとっているなら店(現場)と現場の役割の現状チェック、両輪がうまく回っていない企業を多く見かけます。小売業というものは現場が元気でなければ成果は上がりません。どう現場を元気づける仕組みを作るかです。

### 4. 売り場展開力・店舗管理レベル

売り場の展開は季節、月、週、日、時間によって変わります。また店内の場所は、それぞれ意味と価値があります。これらをどう活かすか、このような問題についても数字(売上げ、利益)を加えて検討します。

## 3. 販売支援体制の検討

小売業は、顧客に始まり顧客に終わる典型的なビジネスです。全社的な顧客志向に徹した社内体制を取れるか、これにつきます。残念ながら創業期から時間がたち、組織が大きくなるに従って、その意識は薄れがちです。競争が激化する一方の中、店が売上げをあげるためには効果的な顧客情報管理、顧客を増やし維持するための販促・サービス体制等の強化は不可欠です。少なくとも以下の3点について見直しを試みましょう。

### 1. 顧客情報管理と活用

顧客情報の収集体制と鮮度維持、戦略的顧客の分類と活用

### 2. 販売促進体制

店外販促(チラシ等)、店内販促(買い得品、クーポン、カードポイント)等の効果的進め方

### 3. 新規顧客開拓、既存顧客の維持等の施策の検討

2:8の理論ではありませんが、2割のお客で(経験でいうとどうも3割か)8割の売上げをつくる時代です。顧客の維持とあらたな開拓は売上げのベースを上げるために不可欠です。

### 4. コスト削減と戦略的経費活用

最後にコスト競争力の強化、顧客サービスの強化、販売体制の強化等を進める上で費用がかかるものです。しかし経費を増やす余裕は無いのが現状と言えます。そのためには無駄な経費、効果のない・効果の少ない活動費を徹底的に洗いなおすとともに、現状の仕事の仕組みを変えることによりコスト削減を進め活動費を生み出す工夫が不可欠といえます。 以外と気がつかないところで経費の無駄づかいをしているものです。

以上のステップを踏んで取組んでいくことで問題点が自ずと明らかにされてくるはずですが、状況により優先順位をつけ、また効果が早く出る施策から率先して取組むなど柔軟に対応することも必要です。