

(3) 15年連続売上げ昨対割れから、3ヶ月で昨対100% に戻した

●こんな危機だった

あるミニスーパー（3店舗）が大手チェーン店との競合や、人材教育不足、組織内コミュニケーション不足などにより、資金繰りが悪化、従業員の疲弊化などの積み重ねで15年間にわたって昨対割れをくり返し、いよいよ経営が極限状態に陥り破産寸前となった。

金融機関から「なんとかならないか」との依頼。店舗建物土地が自前であることと、以前までの内部留保があったのでここまで持ちこたえてきたが、ここで売上げ減を止めないとパンクすると。すぐ手を打って、離れていった客数を取り戻し、売上の昨対割れを止める必要があった。

●この方法で乗り越えた

①得意分野の集中売り込み

もともと鮮魚と手作りの惣菜は大手スーパーと比べても遜色なく、高齢者を中心に人気があった。特にマグロと自家製のちらし寿司はラインロビング商品として競争力があり、これをメインにもう一度商品化を洗いなおし、積極的に売り込むことで売上げ回復の起爆剤にした。

また単品でもその店ならではの独自の商品があり、これらの「売れる商材」をどんどん押していった。

②新聞広告戦略

商品づくりは、まずお客様に知ってもらわなければならない。地元の地方新聞に毎週広告を出した。独自のタイトル、キャッチコピーを凝らしたデザインで毎回テーマを絞って打ち出した。それに合わせて売り場づくり、ディスプレイ、従業員の意志統一を同時進行した。

集中売り込みには前沢の得意ワザ「販促キャンペーン」の手法を導入。マグロ売り場を大きくとって特売品を演出、新商品を食べ方とともに目立つ陳列。さらに得意のちらし寿司が一番のウリとして大きくキャンペーンを張った。いつもの4倍の商品量を準備したが、各店で開店5分から15分で売り切れるという大ヒットイベントとなった。従業員にも成功体験をさせることで笑顔と活気が戻ってきた。

※「販促キャンペーン」とは

これを売るぞと決めた商品やサービスを、あらゆる販促ツールを使って、一気に広告、演出をして一気に売り込む方法。その商品の販売シェアを上げ、その商品で地域一番店になる。ひとつずつ「自店の売れる商品」を作り上げて強い店を作る方法→ <https://maezawa-plan.jp/?p=433>

●その結果

15年にわたって売上げが昨年を下回り続けてきた3店舗だったが、上記の戦略、①得意分野の集中売り込み ②新聞広告戦略を展開した結果、わずか3カ月で100%以上に戻った。銀行の担当者も驚く回復力だった。安売りで戻したわけではなく、得意ワザを見直して、それに絞って攻めるという「長所を伸ばす」戦法は理に適った経営改善と言える。

◆前沢の講演には分かりやすいマニュアルが付いていますので、聞いて終わりではなくセミナー後すぐ活用できます

◆出張だけでなくZOOMオンライン講演もできます

◆ここで紹介する方法は小売業だけでなく、どの業界でも使えます

◆セミナー講師料金(約2時間)

→出張セミナー15万円(税別) ※交通費別途

→ZOOMオンラインセミナー10万円(税別) ※料金をご相談に応じます

◆より詳しいマニュアル(PDF版)を販売しております

【実際の新聞広告コピーと集中売り込みマニュアルセット】

¥20,000(税込) メール添付での納品です → 下記まで、電話かメールでお申込みください

◆コンサルティングもお受けします → 電話かメールでお問合せください

◆その他(1)～(12)までの危機を乗り越えた方法はこちら

→ <https://maezawa-plan.jp?p=2405>

◆お問い合わせ・ご用命は、マエザワプラン前沢しんじまで

→お電話でどうぞ 080-1527-4080

→メールでもOK maezawa@zb.ztv.ne.jp

→和歌山県新宮市 ※住所詳細は個人情報保護のためお電話にてお問い合わせください