

(2) 大型店出店により売上げ昨対約 40%ダウンから 100%に戻した

●こんな危機だった

大手小売業が市郊外にショッピングセンターを開店することになった。フルラインの品揃えで、売上目標(年商)は直営 80 億、テナント 20 億の合計 100 億。市の小売業の年間販売総額は約 500 億。そこに年商 100 億の店ができる。当店は年商 2 億強の専門店。取扱商品は真正面から競合する。

一年前から競合対策を重ねたが、やはり開店当初は売上げ昨対 40%弱ダウン。しかし対策が徐々に功を奏してやがて昨対 100%まで戻した。

競合店対策は永遠の経営課題。どこでもいつでもどの業界でも起きうる。その一助にしてほしい。

●この方法で乗り越えた

①ラインロビング手法

ラインロビングとは、敵の商品群を調べ、自店の商品群と比較。その上で『ここなら勝てる、ここを攻める』という商品群を決める。主力商品を徹底的に強くし、得意な商品群を伸ばして敵を叩く戦法。得意分野なら負けはしない。圧勝することと自店の独自性を高めることがポイントとなる。

②の得意分野の集中売り込みとセットで効果は倍増する。

②得意分野の集中売り込み

ラインロビングは商品面での対策で、それだけでは回復のスピードは上がらない。

競合店対策としては何よりも【集中売り込み=販促キャンペーン】とのセットが必須。

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。ひとつつつ「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

当初の予測どおり開店当月は40%弱の売上げダウン。いろいろな手を打ったので客数は2~3%程度のマイナスで済んだが、客単価が下落したので結果全体で初年度は10%ダウン。

ただしラインロビングの効果は絶大で、得意分野の商品群とその関連商品が大きく売上げを伸ばした。また広商圈対策が効いてこれまで来店のなかった遠方からの客数が増えた。さらに社員のやる気がアップ、それが丁寧な商品管理につながり荒利益率がアップし売上げ10%ダウンでも最終利益はしっかり黒字を確保。2年目の売上げは、ダウン幅縮小→横ばい→微増に転じ、3年目は100%に回復した。もしラインロビングの手法をとってなかったらこういう回復基調は生まれなかっただろう

◆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

【ラインロビング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