

売り上げアップの答えが見つかる!!

あらゆる商売の売上は **売上 = 客数 × 客単価 × リピート率** で表すことができます。

ということは売上アップを果たすためには、これら各項目の数字を上げるための具体策を打てば良いわけです。私たちは、のぼりや看板、垂れ幕、タペストリーなどを通じて、これらの数値を上げていくお手伝いをしています。今回、そのノウハウをプレゼントします。

4つのカテゴリーからなり、A及びBは客数、Cは客単価、Dはリピート率に影響を与える項目で、これらを基に現状分析をし、必要ならば改善を図ることで売上アップを果たすことが出来るようになっていきます。どのように改善を図ればよいか?のヒントも併せて掲載していますのでぜひ活用ください。

		お客様へのアピール度 診断書	OK 大丈夫	NG 改善
A 認知性	1	50m手前から誰が見ても、何屋かがはっきりわかるか		
	2	自店の一番(主力)商品がわかるか		
	3	お客様にとって価値となるフレーズを表示しているか		
	4	通行客が普通に歩いている状態でお店や看板が目飛び込んでくるか		
	5	空きスペース(ガラス窓やシャッター)を有効に使っているか		
	6	店頭で盛況感があるか		
	7	人通りの多い場所へ向けてアピール出来ているか		
B 入りやすさ	8	看板は間口いっぱい使うことによって店を広く見せているか		
	9	看板やテント、のぼりが汚れていたり、文字が消えていたりしていないか		
	10	入り口付近は綺麗に清掃されているか		
	11	店頭、店内は明るい(照明)		
	12	遠くからでも、営業中なのかどうかわかるか		
	13	駐車場はわかりやすいか、IN看板の設置はしているか		
	14	駐車場は入りやすく、止めやすく、出やすいか		
	15	店頭は、客層に合った顔作りが出来ているか		
	16	出来るだけ多くの商品を写真・価格入りで、表示しているか		
	17	その中で主力商品を強調して見せているか		
	18	商品の価格が入店しなくてもわかるか		
	19	中の様子、雰囲気、規模(品揃え、座席数)が入店しなくてもわかるか		
	20	購買頻度の高い、低価格商品、目玉品をアピールしているか		
21	セット商品など買いやすさをアピールしているか			
22	季節商品の提案はあるか			
23	フェアやキャンペーンなどの企画、催事をアピールしているか			
24	時間帯毎に、また季節毎に表示内容を変えているか			
25	お店のこだわりや売りがわかるか			
26	返品OKなど、自店のサービスをアピールしているか			
27	定休日、営業時間の表示はしているか			
28	ベタベタとPOPを貼り過ぎていないか			
29	ぜひ「入店してください」という姿勢が表れているか			
C 買いやすさ	30	入って、スグ、主力商品をアピールしているか		
	31	おすすめ品、人気商品、独自商品のアピールは出来ているか		
	32	「ついで」商品のアピールが出来ているか		
	33	セットメニュー、セット買いを提案しているか		
	34	鮮度感、シズル感(おいしい感)があるか		
	35	POPで価値ポイントを訴求しているか、使い方の提案が出来ているか		
	36	商品毎にグレードを設け、お客様に購買選択基準を与えているか		
	37	誘導POPで客動線を長くしているか		
	38	店内POPは、手書きで見えにくくないか		
	39	空間を利用して、賑わい性、豊富な品揃え感の演出をしているか		
	40	ランキング表など、品揃え感の強調はできているか		
D リピート率	41	五感に訴える演出をしているか		
	42	季節感を演出しているか、定期的に表示内容を替えているか		
	43	再来店の仕掛け(金券、クーポン、会員制)が出来ているか		
	44	口コミを誘発するショップカードを作っているか		
	45	出口やトイレなどで次回プロモーションの告知をしているか		
	46	出口やトイレで、自店の一番の商品をアピールしているか		
	47	ポリシー、考え方、こだわりなどを目に見える形で伝えているか		
	48	お客様の喜びの声を掲示しているか		
	49	帰られるときに何か(ピラ)を手渡しているか		

診断結果は次のページでチェック!! → → →

NGはいくつありましたか？

どこをどう改善すればよいか、下の結果で見てください。
カテゴリーごとに、NGが多かった場合の改善策を書いています。
これをご参考に一つでも実行してみてください。

A の項目にNGが多かった場合

お客様に見過ごされている可能性が大了！

たとえ小さな看板でも、予算がなくても工夫次第で目立たせることは可能です。

- ①詰め込み過ぎず、言いたいことは一つだけ
- ②周囲に同化しない、目立つ色や形で
- ③見える位置、見える角度につける
- ④イラストやロゴやキャラクターを使う
- ⑤一つの色で統一感を出す
- ⑥間口いっぱいの大きさで

歩行者なら20m、車なら300m手前からでも認知されるインパクトのある店舗づくりをしていきましょう。

オススメ改善商品

看板・のぼり・A型看板・ウィンドーマーキング・エア看板

B の項目にNGが多かった場合

入店したくなる店頭ですか？

主力商品とその価値を、価格とともにアピールできていますか？

当社には営業品目をはっきりと明示したことにより、来客数がなんと7倍になった、という事例があります。

明るさ・清潔感・賑わい性・営業感のある、分かりやすい店舗づくりを目指しましょう。

オススメ改善商品

のぼり・日除け幕・垂れ幕・のれん・ロールスクリーン

C の項目にNGが多かった場合

商品の演出は十分に出来ていますか？

取り扱い商品がいかにも価値が高いものであるかを伝える必要があります。

その店の一番商品（できるだけ売上構成比が高く伸びている）や、その店でしか扱っていない独自商品のPRに努めましょう。

オススメ改善商品

ミニのぼり・タペストリー・横断幕・店内POP

D の項目にNGが多かった場合

「また来よう」と思ってもらえていますか？

言うまでもありませんが、一度来店された方をいかにリピータにするかということは、売上アップに大きく関わってきます。

そのためにも季節ごとの売り場変更や期間限定商品のアピール、次回ご利用できるクーポン券の発行やキャンペーン、セールのお知らせなど。

行けば何かある「来るたび楽しい店作り」をテーマにしましょう。

オススメ改善商品

のぼり・のれん・日除け幕・垂れ幕・チラシ・名刺