

売り場づくり関連セミナーカリキュラム

売りに直結する売り場づくりシリーズで売場力をアップ↑↑

改善施策が打てるよう売上公式 $\text{客数} \times \text{客単価} \times \text{リピート率}$ に基づいてカリキュラムを構成しています。

【客数アップ】

入店率200%アップ売り場づくり①
＜通行客を来店客へ変える施策＞

施設の来館客はあるにも関わらずテナント自体の「集客」はなかなか上がりず売上が伸び悩んでいます。全ての店前通行客が顧客になる可能性を秘めた「潜在客」。**売上向上の第一歩は商品を売る以前に潜在客の入店を促し来店客を増やすこと**です。顧客が無意識に店を認知する観測地点を理解し入店率をアップします。**即効性があるため早期成果が実感できます。**

【客数アップ】

入店率200%アップ売り場づくり②
＜店頭客を店奥へ誘引させる施策＞

店頭で立ち止まった顧客の80%以上を店奥へ誘引できると売上が向上します。売上が低迷している店は店頭で立ち止まり眺めて終わる、店頭商品だけ触って終わるなど入店しづらい、入店する理由が見つからないなどのケースが多いためです。**「入店しやすさ」を向上させるためのアプローチポイントや回遊しやすい導線を見直すなど写真事例から学びます。**

【客単価アップ】

購買率120%アップ売り場づくり②
＜短時間で目的商品を見つけやすくする施策＞

入店した顧客の購買につなげる施策にフォーカスしています。購買の施策を講じる以前に**顧客の見え方を徹底解析**します。それを理解した上で、**戦略的に売り場づくり**することで購買率は間違いなくアップします。最も重要なポイントは顧客が目的商品を見つけやすい売り場にする、商品の必要性を感じさせることです。**新生活様式になった現在、「見つけやすさ」「探しやすさ」は非常に重要な要素になっています。**

【客単価アップ】

購買率120%アップ売り場づくり②
＜思わず手に取りたくなる商品陳列施策＞

購買率を向上させる具体的な施策として、顧客が思わず「手に取りたくなる」ために商品陳列や分類、カラーライゼーション、POPの活用、空間をなど利用して視覚的に提案していくことです。売りにつながる6つの陳列条件をクリアし、顧客の購買意欲を喚起させる売り場づくりを実現できるようにします。**物販だけでなく、飲食、サービス部門の事例も満載です。**

【リピート率アップ】

再来店を促す売場づくり
＜発信力を高め再来店へつなげる施策＞

リピート率はいくら上げてもいいものです。多くの顧客に商品を継続的に購入してもらえたり、来店してもらえるようになればそれだけ売上を増やすことができます。リピート率を上げるために**顧客接点を増やしブランドや商品に対する満足度を高めるための施策と再来店喚起を促す施策を施すこと**が重要です。その方法を事例で紹介します。

【年末年始商戦／閑散期売上アップ】

購買意欲を喚起させる売場づくり
＜SELE展開で売り逃さない施策＞

クリスマスの売場づくり、年末年始商戦は一年で最も忙しい時期です。**顧客の支持が高い商品に集中してアプローチ強化**することで売場にメリハリがでる賑わいを演出する売場は活性化することができます。SALE初期、中期、後期の売場の展開法から商戦後、売上が苦しくなる**閑散期を乗り越える売り場づくり**などを学びます。