

小売業における「商売」の技術 (第2回)

販売点数を増やす

Forum-K 主宰 上條 資男
経営コンサルタント



前回は“売上げの仕組み”と題して、売上を増やす方法について解説しました。

これはその続きですが、今回はじめてお読みになる方もいらっしゃるでしょうから、その“おさらい”をすると、売上高は、客数×1品当り平均単価×客1人当り買上げ個数で成り立っていると述べました。

しかし客数は増やすのが困難だし、1品当り平均単価を上げるのは時流に逆行しているとも言いました。

そこで今回は、最後の命題となる“販売点数を(無理なく)増やす”方法について、具体的に解説します。

◆販売点数を無理なく増やす方法とは、

まず、販売点数を増やす対策には、例えどんな方法をとっても一切お金(経費)が掛からないということも大変うれしい話です。だから、もしあなたが社長で、別に店長がいるのなら、明日からでも“販売点数を増やせ、1割以上増やせ”、と言って戴いて結構です。決して無理難題ではありませんから…。

その具体的方法を列举すると

①1個売りからバンドル(束売り)販売に

昔は、ビールも1本で買うか24本入りのケースで買うかしか方法がありませんでした。しかし今は6本入りがあって、女性でも他の食品と一緒にスーパーで無理なく持ち帰ることが出来るようになっていきます。

つまりバンドル・セール(束売り)です。

これはビールに限らず、肌着や靴下でも、また女性のパンティストッキングなども5足や10足が束になって売られています。これらはメーカーが考えた方法ですが、小売店独自でも考えられる方法の筈です。

②セットでの販売を

最近のファミリーレストランでは、ほとんどの料理をセットで提供するようにメニュー・ブック(献立表)に掲載しています。

それと同じように、本体と付属品、あるいは一緒に使う道具などを関連商品として同じ場所に陳列します。

よく見かけるのは花屋さんでお彼岸の時など、線香とマッチ(使い捨てライター)も一緒に売っています。

つまり線香は付属品でマッチは道具です。

このように、ほとんどの商品は、それだけで使える(済ませる)ものは少ないのです。

また接客の際は、“ほかにお忘れの商品はございませんか?”、と声をかけるのも、お客様への親切です。しかし、①②の方法ともレジへの登録は、束で1個とか、セットで1個となると、むしろ数量は減ってしまい、また1品当たり平均単価が上がるような結果になりますが、これはこちらの仕組み上の都合で、お客様から見れば一度で用事が済みますから大変便利になることなのです。

③その他の方法では

- (イ) 関連陳列(コーディネート陳列)を推奨する。
- (ロ) 関連する単価の低い未扱品を新規に導入する。
- (ハ) 消耗頻度(購買頻度)の高い商品にシフトする。
- (ニ) 売価末尾数字を8円、9円にして安さを演出する。
- (ホ) 類似品に切り替えて売価を下げる。

など、方法はたくさんありますから、是非、あなたの店の商品で工夫してみてください。

“あしたから売上が自然に上がる”、こと請合いです。