

課題・悩み別 取引先店舗へのアドバイス&本業支援のポイント

取引先店舗の具体的な悩みに対して、どのような提案・支援ができるのかを解説する。



1! 経営戦略で悩む店舗へのアドバイス

MORE 経営コンサルティング株式会社 代表取締役

日野眞明

過去の経費と売上を確認し 経営計画を作り上げていこう

中 小の取引先店舗は、そもそも「経営戦略」と呼べるほどの経営計画や方針を立てていないところが少なくない。どの費目が総経費の何%を占めているか、利益率への貢献度が高い商品は何かといったことを把握せずに、

の流れを細かく洗い出す必要があるからだ。

経営戦略をともに練り 本業支援につなげる

通年の売上高をざっくりとした数字で捉えている程度で店舗経営を続けているところもかなりあるのが実態だ。今回のコロナ禍は、適切な経営計画を作るという意味で良いきっかけになると思う。持続化補助金や雇用調整助成金、あるいはコロナ関連融資を申し込む際に、自店のお金

金融機関の担当者は、店舗経営者と一緒に経営戦略を一緒に練るつもりで、まずは経営内容を詳細に把握したい。コロナ下、経営者は金融機関の意見を聞きたいと思ってい

る。担当者の提案にしっかりと耳を傾けてくれるだろう。具体的には、過去数年間分の毎月の経費細目と売上を確認していこう。そして、経費が膨れ上がっている月がないか確認するとともに、利益率

今、金融機関にはコンサルティング機能の発揮が改めて求められている。経営戦略はその土台となるものだ。経営計画を作る作業を手伝うことで、取引先店舗にとって本場に必要ない支援が何か分かってくるはずだ。

今、金融機関にはコンサルティング機能の発揮が改めて求められている。経営戦略はその土台となるものだ。経営計画を作る作業を手伝うことで、取引先店舗にとって本場に必要ない支援が何か分かってくるはずだ。

◀ 経営戦略に関する悩みにはこう応えよう

サンプル配布等の販売促進が難しい中どのように集客を図ればいいのか?

お悩み 1



販 売促進の前に、そもそも取引先店舗の認知度は十分だろうか。店舗経営者から「久しく来店していない既存客が多い」といった話を聞いているなら、まずは既存客の掘起しを図ることを提案しよう。

店舗には、顧客名簿やポイントカードの記録などがあるはずだ。それらをもとに既存客にDMを送る。DMには手書きで一言添えるようアドバイスするとよい。そうした工夫がお客様の心に届くはずだ。

商品の本質が大事に

筆者の知人が営む洋菓子店が、5月にテイクアウト用の新商品を出した。カステラの両端（スミ）を集め、その上に生クリームを乗せた商品を「テラスミ」という名称で販売したのだ。この商品は、レジですぐに買える点、気になる商品名である点、新奇性がある点が子どもたちに受けられた。その洋菓子店は5月の売上が前年比120%になった。カステラを使うため利益率も優れている。このように消費者マインドを理解した商品やサービスを提供すれば、口コミで拡散され売上につながる。大々的な販売促進が難しい今だからこそ商品の質を高めたい。

POINT 消費者ニーズを理解した商品やサービスの提供で口コミの拡散を狙う

店舗や商品等を見直すときにはどのような視点が必要となる?

お悩み 2



新 型コロナの影響により、店舗や商品には、今まで以上に「鮮度」が必要となる。鮮度は情報の速報性、対応の即応性と言いつてもよい。要は「アップデート」だ。

コロナ禍によって、お客様は店舗が通常どおり営業しているか不安になった。そんなとき重宝されたのがSNSだった。店舗が最新情報を発信することが、消費者の心をつかむことになる。オンライン時代において、消費者は常に新鮮な情報、モ

常にアップデートを

鮮度への意識がなくなるとビジネスは古びる。店舗ならなおさらだ。取引先店舗には、一度見直せばいいという意識ではなく、変化に対応した店舗づくりや、商品・サービスのアップデートを常に行うことの大切さを理解してもらう。

POINT オンライン時代の今、鮮度への意識を今以上に持ち、変化に対応を