




# Sales strategy planning support (店舗戦略立案支援プログラム)

2014年1月9日  
合同会社ソーシャル・インフォナレッジ  
[Social-infoknowledge.com](http://Social-infoknowledge.com)





## 1. 店舗問題・課題・仮説・戦略は明確になっていますか？

店舗を長期的に運営する上で競合他社との価格のせめぎ合いや店舗間のお客様囲い込み戦略、環境店舗立地条件、製品プロモーションで思うように集客が伸びず売り上げが伸び悩んでいる店舗が数多く存在しております。

そこには様々な要因が介在しますが主な要因の一つとしては分析・戦略立案・仮説・実施内容が予想と異なってしまったといえます。


例えば競合店舗に優位が取れる戦略フレーム立案の分析ステージにおいて分析が不足している、ビジョンの明確化・目標といった意思決定・戦略体系化ステージに問題があり不明瞭、実施ステージの段階で実施項目やスケジュールや優先順位が定められておらず問題があり実現が難しくなってしまったなどそのような要因です。

更に実施ステージ段階では集客や展示配置や製品位置づけ、強化目標など設定をしていない若しくは販売員と十分に意識の共有をしていなかったため、関係者やお客様に可視化されていない様子も見受けられます。

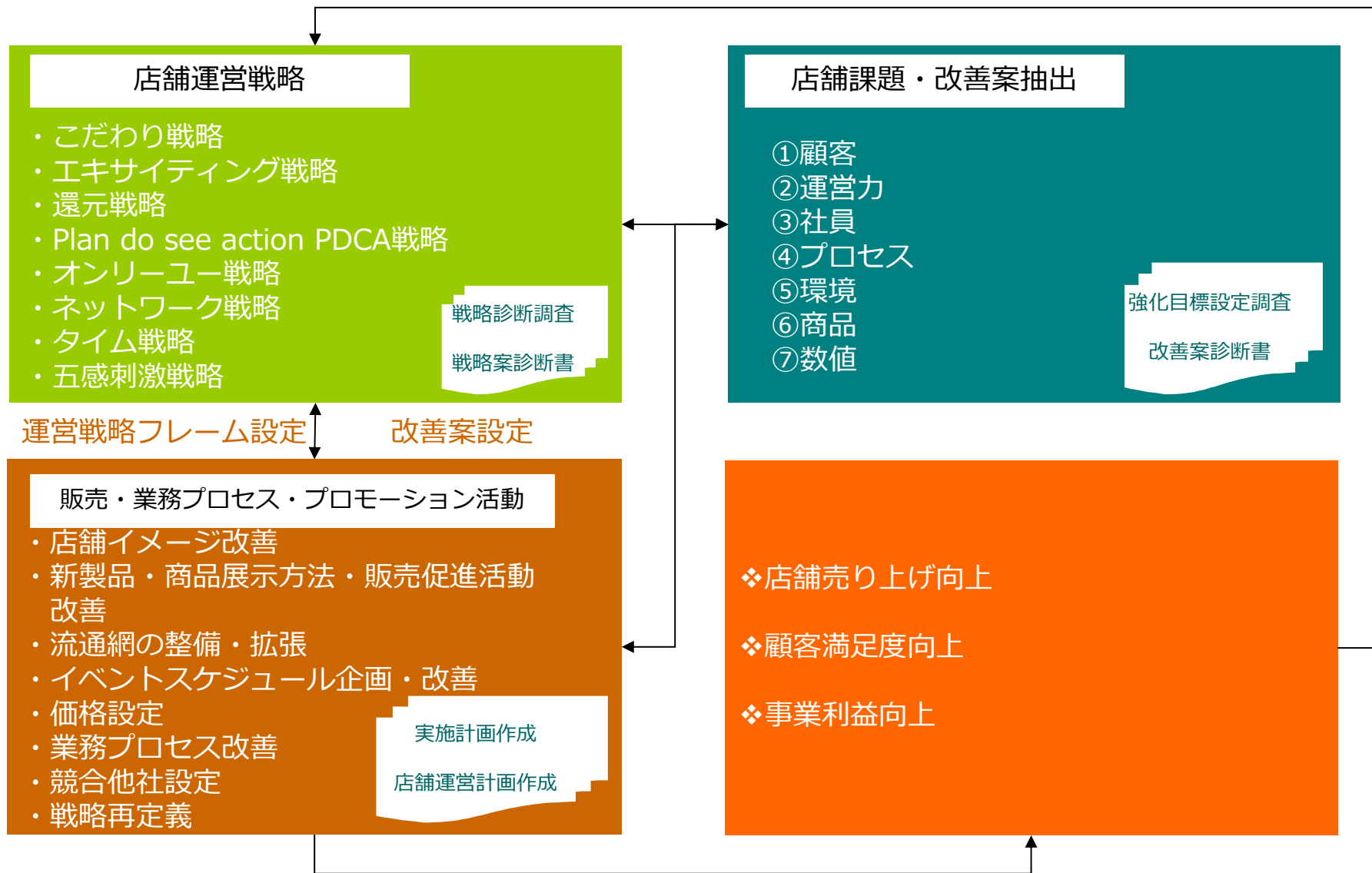
そこで調査項目を設け現状を踏まえた上での調査項目による戦略立案と店舗課題・強化目標決定支援をする【Sales strategy planning support】によって少しでも店舗売り上げの向上に繋げていけましたら幸いに存じます。



## 2. Sales strategy planning support概要

- ❖ 【Sales strategy planning support】プログラムは店舗運営における問題点を明確に抽出し可視化することで現状の店舗運営における問題・課題を意識させ戦略に沿った運営と売り上げ向上に繋げることにあります。
  - ❖ 【店舗運営側】と【店舗調査側】の両側の視点からアンケート項目を抽出をして統計をとることで今後の戦略案の立案と現状店舗運営における課題・改善案と実施項目を【診断書】機能により可視化することで【あるべき姿】に実現していきます。
  - ❖ その調査状況に応じて柔軟に調査項目を変更設定・保存をすることを可能にします。複数の調査員・複数の店舗でアンケート調査・統計を行い問題点の抽出を可能にします。
- 

### 3. Sales strategy planning supportにおけるフレームワーク



## 4-1. 店舗戦略診断機能

### (1)簡易戦略診断

簡易的な戦略診断を行います。質問項目は非常にシンプルになっております。  
出力は戦略立案する上での戦略ワードの抽出・店舗戦略を選定します。

簡易診断フォーム

Question Contents

商品力・サービス力  
扱っている商品・サービスは低価格を意識して表示している自信がある。  YES  NO

セグメント  
顧客層・ターゲットセグメントは商品・サービスごとにターゲットを絞って展示を行っている。  YES  NO

店舗認知度  
比較的地域で知名度がある自信がある。  YES  NO

データ活用度  
お店で収集したデータを活用して販売促進に活かしている。  YES  NO

柔軟性  
マニュアルよりも状況に応じた柔軟な対応が重要な業務であると考えている。  YES  NO

販売の柔軟度  
値上げるよりも値引きをして商品購入につなげる意識が強い。  YES  NO

システムへの意識  
お客様一人一人にあったきめ細かい対応を可能にするシステム、店舗ノウハウがある。  YES  NO

店舗力  
これだけは負けない、隠れない特徴、特色をもって販売に取り組んでいる。もしくは自信がある。  YES  NO

診断結果

【戦略ワード】

- ①明確な特徴がある。
- ②的・ターゲットを絞って販売戦略を行っている。
- ③商品・サービスに自信がある。自信をもって接客を行っている。
- ④集中型戦略を行っている。
- ⑤店舗イメージ、強調したメッセージ、インパクトが他店より強い。
- ⑥商品・サービス力・品揃えを他店より掘り下げて細かく訴求を行っている
- ⑦徹底して業務を行っている。
- ⑧特定分野においてサービス力・製品力の品質が高い。信頼性が高い。

【店舗戦略】 **こだわり戦略**

- ・経営理念/店舗理念がわかりやすい。もしくはわかりやすく表示する戦略。
- ・特徴のある商品やサービスがありその部分を活かした訴求を実施。
- ・「これではダメ」というこだわりを持っていることをアピールした店舗戦略を行う。

1:こだわり戦略  
2:エキサイティング戦略  
3:還元戦略  
4:Plan do see action PDCA戦略  
5:オンリーユー戦略  
6:ネットワーク戦略  
7:タイム戦略  
8:5感刺激戦略

戦略詳細分析 Exit 初期化

## 4. Sales strategy planning support機能

### 4-1. 店舗戦略診断機能

- (1) 簡易診断機能
- (2) 戦略診断機能

### 4-2. 店舗動線調査機能

### 4-3. 重点強化目標決定支援機能

- ❖ 重点強化目標決定支援機能

### 4-4. 診断書作成機能

- ❖ 診断書作成機能  
(Excel出力機能・HTML出力機能)

### 4-5. その他

- ❖ アンケート項目設定・保存機能

#### 【診断メニュー】



## 4-1. 店舗戦略診断機能

### (2) 詳細戦略診断機能

全80項目の調査項目を設定することが可能、項目ごとに5段階評価を行います。質問項目はカテゴリと属性を設定することができ、カテゴリと属性（性質）で項目を数値化をすることが可能です。

出力は戦略立案する上での指標となる項目をエクセルシートに出力をして数値化された値により戦略を選定しやすくします。

- ① 質問項目
  - ② 5段階評価値
  - ③ 備考欄
- をチェック・入力します。

質問項目をチェックをして次を選択

戦略詳細分析調査事項1

ごだわり戦略項目

1. 店舗に明確な【特徴】がある。  
 1 無し  2 若干ある  3 普通  4 良い  5 非常に良い  
備考欄:

2. 【的・ターゲット】を絞って販売に取り組んでいる。  
 1 無し  2 若干ある  3 普通  4 良い  5 非常に良い  
備考欄:

エキサイティング戦略

11. 売り場が楽しい、お客様が楽しめる【展示状況】になっている。  
 1 無し  2 若干ある  3 普通  4 良い  5 非常に良い  
備考欄:

12. 【ワクワク感】がある。  
 1 無し  2 若干ある  3 普通  4 良い  5 非常に良い  
備考欄:

メインメニュー

ファイル 戦略診断 重点強化目標決定支援 診断書作成 About

Sales Strategy Diagnosis Trial version

店舗戦略診断

簡易診断 【簡易店舗戦略診断】を行います。  
動線調査項目 【動線調査】を行うポイントの説明します。  
戦略診断 戦略診断を行います。【値】が高い戦略を選択、【低い値】を強化目標項目として店舗運営の指標にして下さい。  
作成 【保存】データを読み込み診断書作成メニューを開きます。  
設定 調査項目及び属性を設定します。項目入力後に【Save】又は【Set】を押して下さい。  
初期化 【設定初期化】を行います。  
セブンマップ診断 強化目標診断を行います。【値】が高い項目を特性、【低い値】を強化目標項目として店舗運営の指標にして下さい。  
診断書作成 【保存】データを読み込み診断書作成メニューを開きます。  
調査項目設定 調査項目を設定します。項目入力後に【Save】又は【Set】を押して下さい。  
設定初期化 【設定初期化】を行います。

strategy Diagnosis】につきまして。  
ソフトウェア開発会社にナビゲートする【ウェブブラウザ】です。  
ソフトウェアを終了します。

copyright © 2013 Social-infoknowledge.LLC. All rights reserved.

戻る Next



## 4-2. 動線調査診断

### 【店舗動線分析機能】

店舗内の商品購入における動線を調査します。

この動線調査によってお客様の視点を意識した店舗内における商品配置、展示を配置改善につなげます。

動線分析確認位置

店内配置を入力します。  
お客様を置くまで進ませる  
ラインになっているか、要所に  
目を引く商品を設置しているか  
を判断指標にして下さい。

チェック項目

- ①【フロアエントランス】から目を惹くもの。激安、新商品等、目を惹くもの。
- ②中央まで通路には何が配置されているか。中央まで進む為の製品配置はどうなっているか。
- ③正面奥の配置。
- ④エントランス付近商品の左側商品配置はどうなっているか。
- ⑤エントランス付近の右側商品配置はどうなっているか。
- ⑥4隅に何が配置されているか。奥まで進ませるための製品配置。
- ⑦4角の製品配置はどうなっているか。
- ⑧4角の製品配置はどうなっているか。
- ⑨4角の製品配置はどうなっているか。
- ⑩カウンター設置場所
- ⑪その他目をひく展示物、特記事項等。

Set Close



## 4-3.重点強化目標決定支援

### 【重点強化目標決定支援機能】

全80項目の調査項目を設定することが可能、項目毎に5段階評価を行います。

質問項目はカテゴリとで項目を数値化を行い抽出します。最も高い値を持つカテゴリと高い値を持つ項目を店舗長所として選定し【今後の課題】を入力、30点以下のカテゴリを強化目標として改善改善案を入力します。

出力はセブンマップ重点強化診断表としてMicrosoft エクセルシートを出力し数値化された値と改善項目とその対象、改善案を出力今後の店舗運営課題を明確にします。

質問項目に対し【対象】と【改善案】を3案入力し、【対応期限】【優先順位】を設定します。

強化項目分類	強化項目	課題	対応期限	優先順位
商品			2014年 1月 9日	
			2014年 1月 9日	
			2014年 1月 9日	

ID	対象項目	改善案	対応期限	優先順位
			2014年 1月 9日	
			2014年 1月 9日	
			2014年 1月 9日	

## 4-4. 診断書作成機能

### (1) 診断書作成機能

【店舗戦略診断機能】 【重点強化目標決定支援機能】 の調査結果によって独自の診断結果を表示します。

※診断書作成にはMicrosoft Excelが必要です。

- ①改善案入力フォーム
- ②CSV出力機能
- ③診断書作成/EXCEL表示
- ④診断結果データ保存

診断結果の【読み込み】が可能です。

強化項目値を算出してどのカテゴリに問題があるのかを可視化します。

総合値を前回結果と比較することで問題意識が高まり改善に繋がったことを確認することができます。

項目	内容	スコア
1. 顧客	お客様の【声】を収集している。	5
1. 顧客	お客様との間にどんな【接点】があるかを書き出して明確にして	4
1. 顧客	お客様の【嗜好】を分析している。	4
1. 顧客	お客様からの【評価】を受けたことがある（受けている）。評価	3
1. 顧客	お客様を【ランク】わけをしている。	4
1. 顧客	お客様の【購入履歴】をデータで取り出すことができる。	3
1. 顧客	お客様対応を【個別】に担当者をつけて対応を行っている。	3
1. 顧客	商品購入後にお客様からの【意見】を収集している。	3
1. 顧客	お客様の問題を【専門】の担当に促す仕組みがある。	4
1. 顧客	担当者のデータを専門担当者にスムーズに【引継ぎ手段】がある	3
2. 適業力	自らの【強み】を一言で表現できる。	5
2. 適業力	をもてなす【仕組み】がある。	4
2. 適業力	自らの情報を【随時】集めている。	3
2. 適業力	見込める【ブランド】販売には力を入れている。	3
2. 適業力	お店の【5年後】を社員で共有している	3
2. 適業力	方針を明確に社員に伝えている。方針に従って運営を	3
2. 適業力	現状と【こうあるべき】といったビジョンを社員で共有	3
2. 適業力	の数字を担当の社員に【通知】している。担当の社員	3
2. 適業力	【役割】であっても役割分担がされている。	4
2. 適業力	者における【課題】が期間毎に抽出されている。問題対応	3
3. 環境	【5S】を徹底している。	4
3. 環境	【販売促進】の効果には満足している。	3
3. 環境	【施設の魅力】を高めるために具体的な対策を行っている。	3
3. 環境	【レイアウト】を常に改善している。	3
3. 環境	設備を変えれば良くなるという【組織風土】がある。	3
3. 環境	売り場メンテナンスを【スケジュール】を作成して取り組んでい	3
3. 環境	【売り場改善目標】を設定している。	2
3. 環境	製品ごとに【メーカー・製品イメージ】を重視して展示を行っ	3
3. 環境	管理職と意思疎通がしやすい環境【風通し】が良い。改善案を	2
3. 環境	設備改善について販売員の意見が出せる【環境】である。	3
4. プロセス	業種の仕組みを【可視化】している。	4
4. プロセス	【ムダ・ムラ・ムリ】を排除する取り組みを行っている。	3
4. プロセス	【顧客管理】は徹底している。	3
4. プロセス	各仕事を【時間ベース】で分析して取り組んでいる。	3
4. プロセス	取り組むべき仕事の【スケジュール】が組まれている。	3
4. プロセス	業務に対し小さなことでも【業務フロー】を作成して取り組んで	3
4. プロセス	【業務フロー】を改善する仕組みがある。業務フロー改善の取	3
4. プロセス	【プロセス改善】に対し即座に可否をとる仕組みがある。周知	2
4. プロセス	業務上のムリに対し理由と対応方法について共有する仕組みが	3
4. プロセス	【業務プロセス】をデータで管理を行っている。	3
5. 環境	【5S】を徹底している。	4
5. 環境	【販売促進】の効果には満足している。	3
5. 環境	【施設の魅力】を高めるために具体的な対策を行っている。	3
5. 環境	【レイアウト】を常に改善している。	3
5. 環境	設備を変えれば良くなるという【組織風土】がある。	3
5. 環境	売り場メンテナンスを【スケジュール】を作成して取り組んでい	3
5. 環境	【売り場改善目標】を設定している。	2
5. 環境	製品ごとに【メーカー・製品イメージ】を重視して展示を行っ	3
5. 環境	管理職と意思疎通がしやすい環境【風通し】が良い。改善案を	2
5. 環境	設備改善について販売員の意見が出せる【環境】である。	3
6. 商品	商品の購買状況を【分析】している。	3
6. 商品	商品・サービスの【改善点】について定期的な話し合いをする	2
6. 商品	新商品や新サービスを【定期的】に出している。新商品に対し	3
6. 商品	ひとつの商品やサービスの【販売状況】を担当者が数値を出し	2
6. 商品	売上が伸びている商品と落ちていく商品が【数値化】されて明	3
6. 商品	【事業商品マップ】や【販売ターゲット】が絞られて販売戦略が	2
6. 商品	新商品訴求方法を【提案】できる仕組みがある。システム化させ	5
6. 商品	商品のPPM(プロダクトポートフォリオマネジメント)分析がな	5
6. 商品	サービスの改善前と改善後でどのような【変化】があったのか	5
6. 商品	商品販売においてターゲットにベネフィットを明確に説明してい	5
7. 数値	年内の【改善計画】がある。	5
7. 数値	【数値目標】が設定されている(店全体+個人)。	4
7. 数値	お店の売上に影響を与える【数値】を管理し、改善目標として	4
7. 数値	数値を【グラフ化】して可視化を行い全員で結果を共有してい	4
7. 数値	全員が【自給と時間・コスト】を意識している。	5
7. 数値	数値を販売員が認識して【達成】に向けて意欲的に取り組んで	5
7. 数値	数値作成時にその数値に対し前年比と【比較した根拠付け】が	4
7. 数値	お客様ごとに確約を得た売り上げ予算や成約見込みの可能性に	4
7. 数値	現状利益について【関係者】が意識して改善に取り組んでい	5
7. 数値	商品に【販促予算を分配】することで利益がどれほど伸びるか	3

項目	スコア	総合値
1. 顧客	36	241
2. 適業力	35	
3. 社員	33	
4. プロセス	30	
5. 環境	29	
6. 商品	35	
7. 数値	43	



## 4-5. その他(調査項目テンプレート作成・保存機能)

### 【調査項目テンプレート作成機能】

調査項目を自由に設定が可能です。店舗調査状況に応じて作成し保存をすればXMLファイルで保存が可能。保存ファイルを適用することで他PCでも調査項目テンプレート内容の質問に変更することが可能です。

【調査項目】と【属性項目】を設定することが可能です。

【保存】によってファイルを保存、【設定】を押すことで一時的に調査項目を適用します。



## 5. 製品動作環境

### (1) 製品動作環境

#### 【動作本体スペック】

- ❖ Intel pentium III 500MHz以上 (Pentium4以上を推奨)

#### 【OS】

- ❖ Microsoft windows XP
- ❖ Microsoft windows vista
- ❖ Microsoft windows 7
- ❖ Microsoft windows 8

#### 【必要アプリケーション】

- ❖ Microsoft Excel 2000 以上

※診断表を出力しない場合は不要です。

### (2) 製品価格及び付属品

- ❖ 商標名 : Sales strategy planning support
- ❖ 価格 : 4,980円 (オープン価格) ※本価格はverup及び機能追加等により変更することがあります。
- ❖ 配布方法 : 本体ファイルをダウンロード若しくはメールにより配布を行います。

### (3) その他注意事項

#### 【ソフトウェア利用における注意事項

- 保証期間、保証対象の期間 (シェアウェア版インストール限定とします。)  
本ソフトウェアをインストール後、14日間有効と致します。
- ソフトウェア不具合対応(シェアウェア版インストール限定)  
保証期間内にソフトウェアの不具合が発生した場合はお客様から通知をいただきアプリケーションの修正を実施後、インストールアプリケーションの再配布、その他メールでの不具合対応のみの対応と致します。
- ソフトウェア利用に関する損害について  
本ソフトウェアを利用したことによって発生するいかなる損害については一切責任を負いかねます。
- 配布について  
弊社以外の者が本ソフトウェアを無断で配布・譲渡をすることを禁じます。

E-mail: [weblogmaster@fairstyle.net](mailto:weblogmaster@fairstyle.net)

<http://social-infoknowledge.com>