

# 売り上げ向上7つのポイント

## 研修のねらい

- 1) お客様満足 = 売上という顧客起点の考え方を理解する。
- 2) 顧客起点型の売上向上策を立案できる販売員を育成します。
- 3) 販売のおもしろさを実感し、そのことを波及できるリーダーへと成長します。

時間	1日目	2日目
9:00	<p>チェックイン</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■マーチャンダイジングの限界点と修正方法                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗起点での品揃技術向上 (昨年対比120%奪取への道) (GD)</li> </ul> </li> <li>■お客様視点での「売場創り」5つのポイント                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・導線マトリックスによる売場創り</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■セールスプロモーション5つのポイント                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・店長にしかできないSP (GW)</li> </ul> </li> </ul>
13:00	<p>(GD)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■適正な「売場」と「見場」の配置                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・放置状態の陳列技術を撲滅 (GD)</li> </ul> </li> <li>■データ収集と分析を見据えたVMDカレンダー                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・演出効果のKPI = レジ通過のSKU分析</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■接客技術向上の3つのポイント                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・スタッフのSWOT分析 (GW)</li> </ul> </li> <li>■成果検証                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・店長はコーチングではなく、ファシリテーターに徹する</li> <li>・短サイクルでの検証と課題へのコミット</li> </ul> </li> <li>■目標設定</li> </ul>
17:30	<p>(GD)</p>	<p>チェックアウト</p>

※略記号：PW（個人ワーク）、GW（グループワーク）、GD（グループディスカッション） ※時間配分は目安です。