勁草塾＃18・・船井流の極意③

船井総研客員経営コンサルタントとして学んだ「船井流」を
「祖術」としてご紹介しています。

今回は「3回安定10回固定の法則」です。

宮内先生の講義は体系だったものではなく、
その日に準備した事を「深堀」する方式で
ご自身は「ジャズのノリ」と言って「悦」に入っている状況でした。

確かに、違った意味で魅力を感じますが、
あるお客様曰く「宮内はいいころ加減で滅茶苦茶や」
と表現されたにも頷けるのでした。

こんな風なのでスクールの初期から不満の声が渦巻き始めていました。

今回のものは5月22日に整理した資料です。

船井流の小売り指導に
・3回安定化の法則・・安定客
・10回固定化の法則・・固定客
というモノがあります。

右掲は弊社が唯一小売店指導した和歌山のお店の
「ちらし」です。

これはB4版でタテ印刷で両面カラーの物です。

まず、3回安定化の仕掛けとして裏面に
「1割引きのクーポン券」
を2枚印刷して、切り取って利用するようにしました。

この「ちらし」は船井先生の
売上＝F（m、n）　m：商品数　n：ヒット商品数
という公式で作成しています。

両面で約140アイテムと圧倒する品数

しかも、ヒットした商品数が多く、3月の春休み開始日
に合わせて織り込んだのですが、約14万枚でしたが
朝からあいにくの雨模様だったにも関わらず、開店前に行列が出来たという賑わい
で非常に効果が高いものでした。

勿論、3月31日迄のセール期間中は連日の賑わいで通常の2倍以上の売上で、
セール後の4月は1.7倍になったのです。

当然、クーポン券の利用者数が多く、会員カードの発行も増えたのです。

流石に、5月のクーポン券利用者は減りましたが、
それでも、百人ほどいたと記憶しています。

つまり、「クーポン券」の効果もあって集客の「流れ」が出来たのです。

当然、この「流れ」に後押しして
「10回固定化の法則・・固定客」
とレベルアップする為に「夏休み特集」のちらしと続いたのです。

船井流三位一体法は「広く、早く、深く」であり
「広く」・・市場シェア率
「早く」・・回転率
「深く」・・粗利益率
とされています。

そして、「差異化戦略」として、現場レベルでは
賑わい、キレイ、清潔、陳列レイアウト
がありあります。

このお客様では「ブライダル商品」を取り扱った際に
パート女性が商品担当となり
陳列棚を整理して「ブライダル」コーナーを作り出して
その上、自宅からドレスとブーケを持参して装飾されたのです。

このお陰でメーカーが驚くほどの売上になり、
ブライダル関連では従来の百貨店などを圧倒したのです。

さらに、このコーナーの話題が広がり、
若い女性の来店が多くなり、ブライダル関連だけではなく
ファンシーグッズが売れるようになったのです。

「本物の時代」にあるように
・社員の「やる気」を引き出し
・商品は伸びているものを伸ばし、伸びないものは圧縮する
・「一番化・一体化・一流化」で店をグレードアップ
ということを実感した事例でした。

このお店の親会社は文具事務機の卸会社で、
本来は卸会社の営業活性化だったのですが、
このお店の至近距離に大型HCが出店する危機感で小売指導になった
という経緯があり、
流れが出来て軌道に乗って売上が1.4倍に落ち着いた
という状況で本来の卸指導になったのです。

【勁草塾のバックログはホームページにあります！】