

店舗集客チェックリスト116

2015-2-3 秋本英雄著

◆大項目

- 1.商品力・・・ 貴店のトップ商品は商圈内でNO.1ですか
- 2.立地・・・ 不具合立地でも工夫してますか
- 3.店舗・・・ 通行車や歩行者に認知されてますか
- 4.知名度・・・ 調べたことがありますか
- 5.好感度・・・ 自己満足ではありませんか
- 6.ストア・ロイヤリティ・・・ リピーター数をご存じですか
- 7.トップの人間性・・・ 思いやりの心がありますか
- 8.接客力・・・ 店員教育に無関心ではありませんか
- 9.クレーム解決力・・・ 目先処理に終わってませんか
- 10.広告力・・・ 広告会社に丸投げではありませんか
- 11.広報力・・・ 話題性に関心がありますか
- 12.販促力・・・ 安売りだけではありませんか
- 13.社会的貢献力・・・ 継続してますか
- 14.販売管理力・・・ 均一値入率ではありませんか
- 15.物流管理力・・・ 月末棚卸しはしてますか
- 16.販売ルート力・・・ 卸得意先への情報提供に熱心ですか

●中項目

- 1.商品力 リーダー商品が商圈内でNO.1ですか
 - 1-1 機能・・・ 不要な機能付加で原価高など
 - 1-2 原材料・・・ 誤魔化しはありませんか
 - 1-3 生産技術・・・ 独自技術は何ですか
 - 1-4 製品デザイン・・・ 顧客目線で判断
 - 1-5 包装とデザイン・・・ 顧客目線で判断
 - 1-6 購買者とのマッチング・・・ 顧客目線で判断
 - 1-7 使い勝手の良否・・・ 顧客目線で判断
 - 1-8 推奨者の有無・多少・・・ 把握してますか
 - 1-9 ブランド知名度・ブランドイメージのレベル・・・ 関心がありますか
 - 1-10 企業知名度・企業イメージのレベル・・・ 関心ありますか
 - 1-11 価格(限界利益率)・・・ ご存じですか
 - 1-12 値引き率・・・ 平均値引率をご存じですか
 - 1-13 ライフサイクル・・・ 長短を検討
 - 1-14 保守管理力・・・ トラブル防止
 - 1-15 競争率の高低(競合商品・競合店の多少)・・・ 調査は

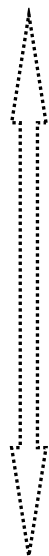
2.立地 不具合立地でも工夫してますか

- 2-1 近接する主要駅からの距離・・・ 遠い場合の対策

- 2-2 駐車場の有無・速近・・・ 不利な場合の対策
- 2-3 主要道路の性格(商店街、生活道路、産業道路)・・・ 把握していますか
- 2-4 店前歩行者数(対象数)・・・ 把握していますか
- 2-5 店前車両通行量・・・ 把握していますか
- 2-6 近隣に有名な建物、公園などの有無・・・ 把握していますか
- 2-7 競合店の遠近・・・ 把握していますか
- 2-8 見通しの良否(角地、直線、カーブ、脇道)・・・ 把握していますか

3.店 舗 通行車や歩行者に認知されていますか

- 3-1 間口の広さ・・・
- 3-2 奥行
- 3-3 天井の高さ
- 3-4 売場面積
- 3-5 一階か地階か
- 3-6 独立かテナントか
- 3-6 事務所の適性規模
- 3-7 在庫置場
- 3-8 トイレの位置
- 3-9 店舗の開放性と閉鎖性
- 3-10 多階層店舗か
- 3-11 小判絞性はあるか
- 3-12 サインの視認性・・・ 主要顧客目線で判断
- 3-13 照明の位置と照度・・・ 顧客目線で判断



不利な場合の対策は

.....

▼以下の項目は、5段階評価（自己診断）から始めましょう。

4.知名度 調べたことがありますか

- 4-1 全体知名度
- 4-2 対象者知名度
- 4-3 知名度維持対策
- 4-4 知名度向上対策
- 4-5 調査の有無
- 4-6 年度別変化

5.好感度 調べたことがありますか

- 5-1 調査の有無
- 5-2 信頼率

5-3 好き嫌い比率

5-4 年度別変化

6.ストアロイヤリティ、リピーター数をご存じですか

6-1 主要商品の年間お買い上げ客数

6-2 再来店客数

6-3 反復来店率

6-4 データ集計分析システム

7.トップの人間性 思いやりの心がありますか

7-1 仕事時間比率

7-2 睡眠時間

7-3 仕事外の交際時間比

7-4 社会奉仕時間比率

7-5 趣味時間比率

7-6 勉強時間比率

8.接過力 店員教育に無関心ではありませんか

8-1 言葉遣い

8-2 態度

8-3 テキパキ

8-4 よく聞く(傾聴力)

8-5 気付き

8-6 メモ習慣

8-7 お約束実行力

9.クレーム解決力 目先処理に終わってませんか

9-1 年間クレーム数

9-2 クレーム管理票

9-3 クレーム解決規定(報告ルール、解決目標)

9-4 解決率

9-5 再購買比率

9-6 アンケート・システム

10.広告力 広告会社に丸投げではありませんか

10-1 広告目的の明確化

10-2 広告効果測定

10-3 広告上の問題点把握

10-4 媒体選定基準

10-5 広告表現内容に関する判断力

10-6 媒体購買力

10-7 社外スタッフの育成

10-8 イメージ調査

11.広報力 話題性に関心がありますか

11-1 報道機関リスト

11-2 公的機関リスト

11-3 民間機関リスト

11-4 ニュース・リリース作成力

11-5 ニュースの創造力

11-6 広報管理規定

12.販促力 安売りだけではありませんか

12-1 販促目標の明確化

12-2 販促効果の測定

12-3 販促内容の分析力

12-4 販促内容の改善力

12-5 社外スタッフの育成

13.社会的貢献力 継続していますか

13-1 寄付回数

13-2 寄付金冶額

13-3 寄付・協賛基準

13-4 便宜供与回数

13-5 現物供与回数

13-6 社員福祉の充足

13-7 広義の公害発生有無

14.販売管理力 均一値入率ではありませんか

14-1 顧客データの記舟・保存・分析

14-2 配達管理

14-3 入金管理

14-4 個人別売上内容把握

14-5 販売報奨金制度

14-6 管理単位別の売上日標(年、月、過、日、時間)

15.物流管理力 月末棚卸しはしていますか

- 15-1 仕入力(品質、小口購入、コスト)
- 15-2 場所別在庫管理(月別標準在庫量)
- 15-3 小口配送力
- 15-4 緊急供給能力
- 15-5 ロス管理
- 15-6 返品管理

16.販売ルート力 卸得意先への情報提供に熱心ですか

- 16-1 ルート数(活性率)
- 16-2 ルート別売上(商品別の金額、数量)
- 16-3 ルート販促力
- 16-4 ルート営業力
- 16-5 不満情報の収集
- 16-6 キャンペーン力

以上

◆著作 有限会社アジア企画 秋本英雄

〒814-0153 福岡市城南区樋井川1-2-26 Fax 092-865-1747 メールaki1248@yahoo.co.jp