

売上アップ戦略

Q 最近、売上が低調です。売上を増加させるにはどうしたらよいでしょうか。

A 売上高は単純に合計で捉えず、部署別、商品別、顧客別、地域別、担当者別等に細分化し、より深掘りして検討しましょう。売上戦略として「製品・市場マトリックス分析」をお勧めします。

売上高とお客様満足

売上高は「客単価×客数」で計算します。販売単価は会社で決めますが、購入して頂く客数は会社の意思で決めることはできません。買う・買わないはお客様が多くの業者を比較して決めるのです。ここに経営の難しさがあります。ゆえにお客様満足度に応じて売上高は比例します。売上高が減少しているのであれば、選ばれない理由が必ずあります。真摯に反省し、戦略を練り挽回を図りましょう。

製品・市場マトリックス

図のようにお客様と製品サービスについて「現在」「新たな」の視点で戦略を立案しましょう。

①市場浸透戦略

まずは今のお客様にもっと買っていたことはできないか、を検討しましょう。もう1・2点多く買っていたら、来店頻度を高めていただく等のために何が必要なのか、どう働きかけたらよいか、を考え行動に移しましょう。

②新製品開発戦略

そうは言っても市場浸透戦略には限界があります。次に考えるのは「新製品開発戦略」

です。ルートセールスのように現在のお客様との関係が安定していれば、今提供しているものに加えて新たな製品を提供するのです。その顧客が何を欲しているのか、直接ヒアリングするのもよいでしょう。また顧客価値を高めるためには、積極的に提案（コンサルティングセールス）することも必要です。

③新市場開拓戦略

今取り扱っている製品等が優れており、顧客に支持されていれば、新たに市場を広げることでも売上増が期待できます。対象地域や客層を広げるために、良いものを知っていただくための広告宣伝もお忘れなく。

④多角化

新製品を新市場で売るのが「多角化」ですが、最初からこの戦略を実行するには無理がありますので、注意を。

【製品・市場マトリックス】

	「現在」の製品・サービス	「新たな」製品・サービス
「現在」のお客様・市場チャンネル	【市場浸透戦略】 「現在ある製品」を「現在のお客様」にもっと売り続ける!	【新製品開発戦略】 「新しい製品」を開発し「現在のお客様」に売り始める!
	【新市場開拓戦略】	【多角化・事業転換】
「新たな」お客様・市場チャンネル	「現在ある製品」を「新たなお客様（商圏・客層・市場）」に売り始める!	成長が今後期待できる業種・業態に転換し新ビジネスをはじめる!