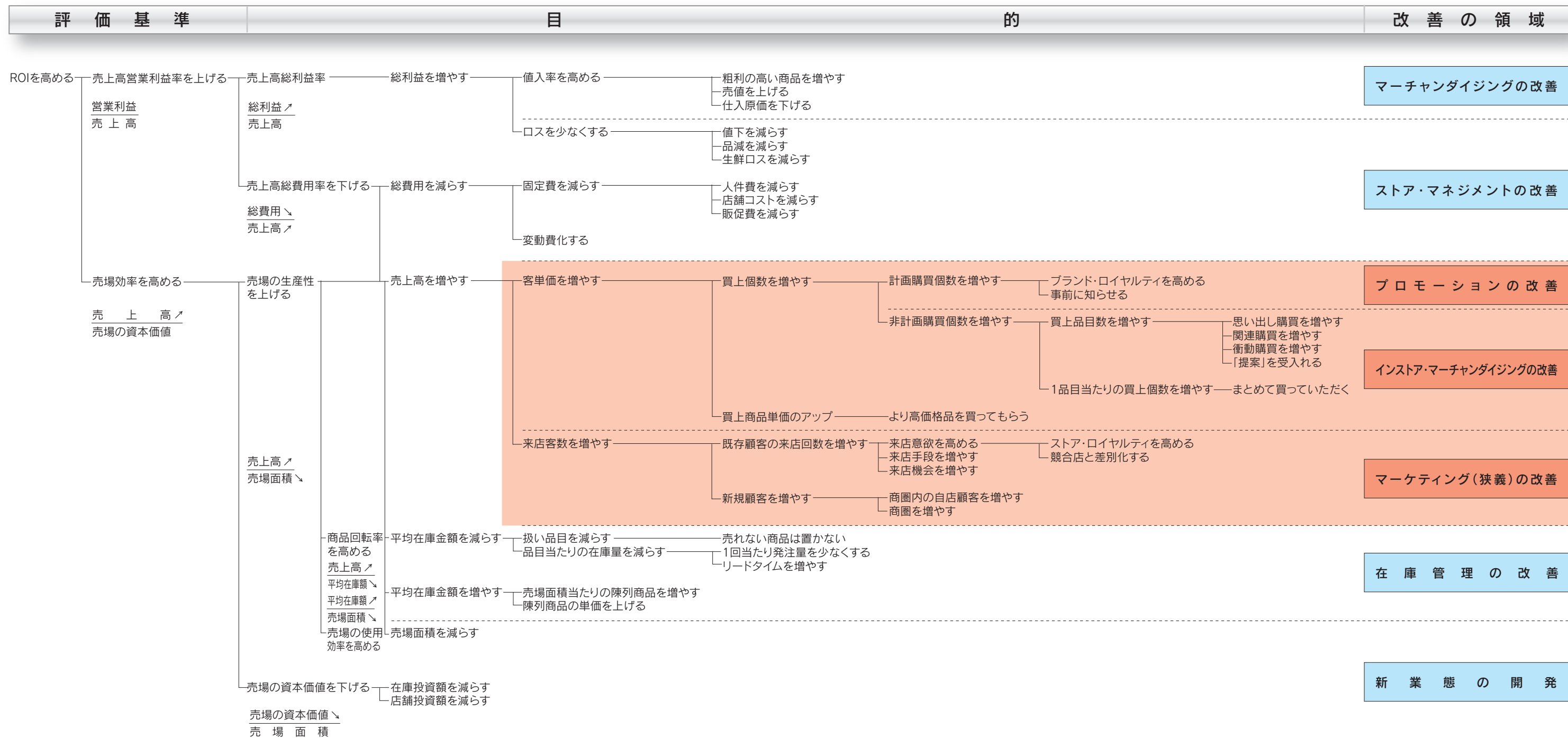


ROI経営の視点 ROI=投資収益率



インストア・プロモーション(I・S・P)とは、特定の商品に不可的な店内刺激を加えることによって購買の促進を図るアクションの総称のことです。

「商品力」で売れた時代から「販売力」で売る時代です。つまり、「商品力」=商品あるいは商品構成が良い為、また、メーカーの商品政策が良い為に売れた時代から、「販売力」=商品提示が良くて売る時代へと変化しています。商品に情報提供、その他各種の刺激を店頭で消費者に加える活動が重要になっています。

売上増加=商品単価×買上個数×来店人数×営業日数(時間)

店舗の売上を増加させるためには、この式の構成要素のいずれかを増加させれば良いわけですが、詳しく図表にしたのが上記図表の赤い部分です。

さて、現状の店舗の状態で売上を増やすには図表の何処を改善すればよいのでしょうか？

もっとも基礎的なことは、「客単価を増やす」です。なぜなら、客単価が上昇するのはその小売店の商品の種類・品質・価格と商品構成、ならびに商品の提示方法が適切であり、店舗の質が高いからです。この条件を欠いた場合、いくら店の刺激によって来店を勧誘しようとしても、継続的には来店客数が増加することはありえません。客単価増加のメカニズムを究明することが大切です。

インストア・プロモーションの場合、購入のより大きな部分を占める「非計画購買者」をターゲットに、店内意思決定をいかに刺激するかによって客単価増加につなげていきます。ちなみに、店内における「非計画購買者(SM・CVS)」は70~80%にも及ぶといわれます。

インストア・プロモーションが店舗の立場で実施できるように企画したのが「FULL COLOR SIGN TOTAL PRODUCE」です。店舗の戦略ツールとしてイベント企画デザインPOP制作をご提案いたします。