

No. 16 売上目標を具体的に落とし込む

皆さんの会社でも、売上目標は必ずあると思います。しかし、その売上目標がお題目だけになってないでしょうか。

私は、色々な小売店のサポートをしておりますが、月の売上目標を達成するために、具体的にどうしたらよいかを現場に落とし込めていない会社もあります。

売上目標をお題目のように掲げても、それを達成するための策がなくては目標達成へと結びつきません。

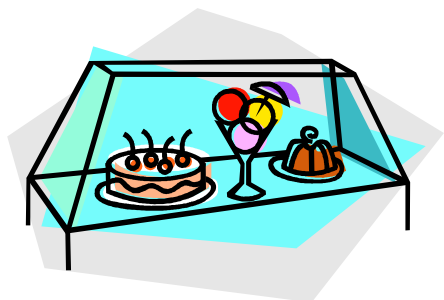
例えば、前年の売上 5,000,000 円(月)に対して今年は、前年対比 105%アップを図りたいとすると、5,250,000 円の売上目標となります。

すると、前年よりも 250,000 円アップを図るために、どの商品を重点的に売っていくかを検討するわけです。例えば、今月は、A 商品(1 個 500 円)と B(1 個 200 円)商品を重点的に売っていききたいのならば、A 商品 400 個×500 円・B 商品 250 個×200 円、目標に売ろうと決めます。

月あたり A 商品 400 個、B 商品 250 個、1 日あたりに換算すると 1 日あたり A 商品 13 個、B 商品 8.3 個の販売が必要になってきます。

そして、1 店舗に販売員が 4 名いるならば、1 日あたり一人 A 商品 3 個・B 商品 2 個売れば良い事になります。

この数字が出れば、一人の販売員が、この 1 日の目標を達成するために、具体的にどのように売る工夫をするかを検討できるわけです。ただ前年比 105%という数字だけでは、何をどのように売ろうか考えず、売るだけになってしまうのではないのでしょうか？



目標数字が商品と共に発表された洋菓子店では、売りたい商品が明確になったので、売りたい商品はボリューム感を持って陳列し、POP はどのように書いて、目立たせたら良いかをスタッフが考え、実践するようになったようです。そして、声かけと試食のおすすめで、この目標を達成できたのです。

このように目標達成のために、それを実現するための具体的な戦略があるかないかで、売れ上げの差が出てきます。

皆さんの職場では、このような落とし込みの中で目標達成に取り組んでおりますか？

