



《コースの狙い》

～自店の営業力を強化し、売上・収益向上につなげることを目指す～

1. 競争力のある店舗運営の基盤を築く

…自社と競合の比較分析を通じて、強み・弱みを明確にし、競争優位性を確立

2. 市場・顧客ニーズを的確に捉えた戦略立案

…商圈分析やエリアマーケティングを活用し、ターゲット顧客の購買行動やトレンドを把握

3. データを活用した実践的な意思決定スキルの向上

…POSデータや価格調査を基に、仮説検証を行い、合理的な品揃えや価格設定を行う能力を養う

4. 競争環境における店舗戦略の最適化

…競合店のプロモーション・価格戦略・品揃えを分析し、自店舗の販売促進・差別化戦略を設計

5. 即実践可能な現場改善力の向上

…自店舗の売場改善、プロモーション施策を実行できる現場主導の改善力を身につける



・・・主なカリキュラム・・・

I. ストアコンパリゾンについて

1. ストアコンパリゾン研修の目的
2. ストアコンパリゾンの注意点
3. 量販店店舗視察のポイント 他

II. 競合分析と対応方法

1. 競合分析のポイント
2. 競合の弱点をつく方法
3. 強いカテゴリーの集合体をつくる 他

III. 『商売』を構成する要素

1. マーケティングを構成する要素
2. マネジメント(収益を計画通りに確保する活動)
3. 「仮説・実践・検証」のポイント 他

IV. エリアマーケティング

1. 「エリアマーケティング」の概念
2. 具体的な競合分析の方法
3. 競合との競争激化への対応 他

IV. 商圈の計算方法

* アレンジ可能です。ご相談いただけますと幸いです。