

商品の売り上げ増大対策

「我が社の商品を卸しているのだから、我が社の商品を流通業者に任せておけば、確実に売れる、そして、その先に小売店があるのだから、我が社の商品を小売店に任せておけば、確実に売れる。」という虫のいいことはないと言ってよいでしょう。

販売は、「我が社の商品は我が社で売る。」という当たり前のことを再認識することから始まります。そして、「卸に払うマージンは販売網利用料」であり、「小売店に払うマージンは売場借用料かつ販売手数料」と認識することです。

自社で販売網を構築することや、売場を確保することを考えたら、格安で他社の経営資源を利用させていただくのですから、卸や小売店に感謝をすることが大事です。

そして、商品の流通体系を分かりやすく表現すると、水のタンクが卸（流通業者）、蛇口が小売店と考えたらよいでしょう。蛇口（小売店）から水（商品）が出なければ、水はいつこうに減りません（売れません）。タンク（卸）に行って、水の減り具合を観察しても、水は減りません。

少し考えてみましょう。水を減らすためにはどうすればよいのでしょうか？蛇口の数を増やせばよいのでしょうか？蛇口の数をいくら増やしても、水が出なければ意味がありません。それでは、どうすればよいのでしょうか？

「蛇口の数は少なくとも、水は出続けている。」というのが理想ではないでしょうか。そうするためには、どうすればよいのでしょうか？小売店の販売金額、販売数量を増やすことです。そうするためには、どうすればよいのでしょうか？よいアイデアを思いつきましたでしょうか？

小売店の商品がどんどん売れるようにする戦略を「蛇口戦略」と言います。その戦略のひとつを紹介しましょう。卸の了解を得て、最初は卸の職員と同行して、小売店を訪問し、我が社の商品の売れ筋上位10商品を紹介するなどして、売れ筋商品を小売店に認識してもらい、商品説明を丁寧にするにより、小売店の店員がお客様に勧めやすくするという方法があります。（卸の信頼を得れば、そのうち単独訪問も可能になるでしょう。）

その時に、卸の了解を得て、自社負担で、卸の連絡先入りの我が社の商品のチラシをつくり、卸の人が販促しやすくしてあげることがよいでしょう。卸のメリットや利益を考えてあげるのです。同行時に、我が社の商品の良さを卸の人にも分かってもらいましょう。

また、小売店では、小売店の陳列面積の拡大、陳列物の整理、商品の置き場所の変更の交渉などを積極的にすることです。メーカーの方は、卸に我が社の商品を卸して、あとは知らない、小売店でどういう売られ方をされ、どういう陳列をされ、お客様にどういう説明をされているか、まったく分かっていないということが意外と多いのです。

我が社の商品を、ぜひ「かわいい娘」と考え、嫁いだ先（卸や小売店）でどうなっているか、定期的に訪問して様子を見に行きましょう。その他にも打つ手は色々あると思います。どうすればよいかというヒントは、現場にあります。現場は宝の山です。

トップである社長の目で見えて考えることをお勧めします。営業員に任せきりではなく、自分の目で見、自分の耳で聞き、自分の身体で体感し、自分の頭で考えることが大事です。

では、頑張って、得意先訪問をして宝を見つけてまいりましょう。

<演習課題>

1. 我が社の商品が、最終のお客様（消費者など）に売れるまでを、訪問して確認してみましょう。