

## 経営一転語 74 販売促進とは

「販売促進」における、勘違いしやすいポイントなのですが、「販売促進」とは、むやみやたらに、小売店の数を増やすことではなく、「販売金額」または「販売数量」を増やすことです。

そのためには、「小売店に対しての販売促進」を進めなければなりません。

実は、小売店は売れる商品に力を入れるのであって、売れない商品には見向きもしません。

自分が小売店の店主という立場に立ったらどう考えるか、考えてみれば分かりますが、売れるものであれば、メーカーなどどこでもいいのです。

小売店は、我が社に忠誠を誓っていると思ったら大間違いです。

小売店は我が社の商品を、積極的には売ってくれません。

もし、御社がメーカーであれば、流通業者（卸）も我が社の商品を積極的に売ってくれません。

基本的な認識は、我が社は、流通業者（卸）の持っている流通網を利用させていただき、小売店の持っている売り場を借りて、自ら売らなければいけないのです。

この基本的認識に立てば、流通業者や小売店に感謝の思いを持って、メリットを与え、売れ筋は何かというような有用な情報を提供し、売場を整備し、競合他社がどのような商品やサービスを提供しているかといった情報を手に入れ、自らの商品は自ら売るという行動に、自然と変化するようになってきます。

もし売れていないのなら、それは、流通業者や小売店の責任ではありません。やはり、自らの責任ととらえなければ、次の正しい手を打てないのです。