

出店していた百貨店が閉鎖！危機を乗り切る為の売上対策

会社名 有限会社熊本月香園(熊本)

熊本県内で3店舗を運営する茶葉販売店。

1. 相談のきっかけ

熊本県民百貨店のほか、健軍商店街、松橋ショッピングモール内で3店舗を運営していた。そんな中、本企業の売上の多くを占めている店舗が入店していた県民百貨店が閉鎖し、これによる売上減少への対策について、当初相談していた会計事務所とともに当拠点へ相談。

2. 課題整理・分析

県民百貨店内店舗の売上減少対策のため、いかに他の店舗に既存顧客を誘導するかが課題であった。

県民百貨店内店舗の顧客数と顧客台帳を確認したところ、客層は高齢者が大半であり、顧客調査の結果、女将さんとの会話を楽しみに来店していることが判明。

また、閉店後の新たな事業展開として新茶予約販売を計画しているが、顧客への訴求が不足しており、注文が伸びていなかった。

3. 解決策の提案

・顧客つなぎ止め対策として、顧客からの人望がある女将さんからのアウトバウンドコール(既存顧客に「お知らせ」や「お勧め」としてかける電話)を提案。

・新茶予約販売に向けて、チラシの見直しをアドバイス。



4. 成果

・チラシを見直したところ、新茶予約販売は目標数を超える結果となった。

・女将さんによるアウトバウンドコールによる宅配注文の獲得に成功。

また、県民百貨店時代に顧客だった方に対して健軍店への来店を誘導したところ、健軍店に来店してくれることとなり健軍店の顧客が増加。それに伴い健軍店の売上は前年同月比の2倍以上となった。

健軍店において顧客の増加による店舗オペレーションや、県民百貨店で働いていた従業員を健軍店に移転させたことに伴い、接客方法などの違いによる従業員との意識のズレによる不満の発生など、組織的な再構築が今後の課題であり、引き続き当拠点で支援を行う。