

できるもん通信 号外 だもん!

2023年11月号外



年末商戦、勝利の法則!

「年賀状素材集」の売上を伸ばす 売り場はこう作る!

おかげさまでインプレスの年賀状は今年で30周年を迎えました。今回は『できるもん通信』の号外として、長年の販促活動で培ったノウハウを「年賀状素材集売り場の作り方」としてご紹介します。商戦が本格化する12月を前に、ぜひ売り場作りのヒントにご活用ください。

Point①

時期に合わせた並び替えを!

売上金額のアップを狙うには、時期に合わせた並び替えが重要です。11月いっぱいまでは高価格商品を目立つ場所に配置して販売し、12月以降は低価格商品を目立つ場所に配置して販売すると売上金額アップにつながります。

Point②

売り場を演出しよう!

(ジャンル分類/売れ筋の多面展開&最前列)

商品の「選びやすさ」は売り上げを左右する重要な要素です。年賀状素材集においては、商品を出版社ごとに並べるのではなく、素材集のジャンルごとに並べ、お客様が目的の商品を選びやすい売り場を作ることによって売り上げもアップします。

また最近では年賀状素材集の商品数が年々減少しているため、各ジャンルの上位商品は面数を増やして強化することも非常に重要です。特に勢いのある廉価版「はやわざシリーズ」など、売れ筋商品を売り場の前面に出すのもポイントです。



書房すみよし 武蔵中原さまの展開

Point③

強化商品をランキングでアピール!

年賀状素材集のランキングを売り場に掲示することで、お客様への訴求力をいっそう高められます。前年販売数や今年の売れ筋ランキングを掲載するほか、売上金額アップに貢献できる高価格商品を「オススメ商品」として掲示し、強化商品を目立たせるのもポイントです。

POPを設置する商品は、ランキングの「ベスト5」までにするのが効果的です。6位以下の商品には、順位ではなく「当店オススメ」「担当者オススメ」などのPOPを付けて訴求するといでしょう。



くまざわ書店 ACADEMIA 港北店さまの展開