

점포활성화 전략



번창하는 점포의 전략시스템

I) 점포를 활성화시키려면 고객수를 늘려라

- 번창점의 3가지 조건

① 고객수가 증가되고 있어야 한다.

② 객단가가 높아지고 있어야 한다.

③ ① - ②의 조건이 지속적으로 상승되고 있어야 한다.

2) 번창점의 라이프사이클

라이프 사이클	<제1단계> 성장점	<제2단계> 번창점	<제3단계> 성숙점	<제4단계> 쇠퇴점
특징	고객수가 늘어나고 고객의 지지가 높아져가는 상점. 또한 상권 그 자체가 신장되고 있는 상점	고객수, 객단가가 아울러 향상되고 있는 상점. 고객의 지지가 높은 동시에 고객으로부터 만족을 사는 상품력이 있는 상점	고객수 신장이 둔화되고나 감소되고 있는 상점. 고객수가 감소된 부분을 객단가로 보충하려는 상점	고객수, 객단가 모두 감소하고 있는 상점. 네거티브적인 이미지가 선행하고 있는 상점
고객	신규고객이 많음	고객이 단골화되고 있음. 친밀한 관계가 되어 소문을 퍼뜨려 선전해 줌	지나치게 많은 고정객. 신규고객이 적음	마지못해 온다는 고객의 비율이 높아져가고 있음
구색 갖추기	여러가지로 도전적시도를 해 봄. 레이아웃이나 상품의 구색갖추기도 이와 같음	마켓이나 고객층에 초점이 맞추어 지고 있음	경쟁점과의 차별화가 점차 퇴색되어가고 있음	독선, 자기방식으로 운영. 초점이 불분명하고 맞지도 않음
접객	열의가 있고 부드러운 접객. 고객을 소중히 여김 <판매시점의 강화된 접객>	열의가 있는 친절함 접객. 고객을 소중히 여기며 고객관리도 성실함. 고객정보활용도 좋음. <리피트 접객, 제안접객>	부가가치 접객에 배려하고 있음. 관련판매의 지식도 높으며 열의있는 접객을 함 <판매시점 접객강화>	어딘가에 허점이 있음. 고객에 대하여 지나치게 열심히 하든가 반대로 지나치게 무관심함. 고객으로부터 배우려고 하지 않음.

쇠퇴점의 근본적인 원인분석

- ① 점거율을 점검해 본다.
- ② 상권과 상권객의 변화를 점검해 본다.
- ③ 상품의 구색 갖추기를 점검해 본다.
- ④ 컨셉이라는 측면에서 점검해 본다.
- ⑤ 효율을 점검해 본다.
- ⑥ 사원 활성도를 점검해 본다.



조사를 통한 점포활성화 방법

I) 객층, 이미지조사

◆ 점포 이미지란 무엇인가?

- ① 저가격, ② 고품질, ③ 서비스

◆ 점포 이미지에 대한 결정적 요소

- ① 상품 : 가격과 품질
- ② 종업원 : 서비스
- ③ 입지와 점포설비 : 서비스

(1) Grade - up의 오해

(2) C.I에 의한 이미지

(3) 객층 이미지 조사방법

2) 레이아웃 및 동선조사

3) 광고효과의 측정(전단지)



점포활성화 실전방법

I) 고객조사를 통해 점포를 살리는 방법

(1) 점포의 입지조사 및 내점한 고객의 객층 및 시간대별 판매동향 조사

- ① 각종 데이터의 수집
- ② 1차상권 조사
- ③ 2차상권 조사
- ④ 3차상권 조사
- ⑤ 고객의 객층 및 매출요인 조사

(2) 진단결과와 현상을 비교한다.

(3) 고객설문조사를 통한 고객의 점포만족도를 조사한다.

(4) 종업원과의 회합을 통하여 점포의 강점과 약점을 진단한다.

(5) 개선 Action Plan을 수립한다.



2) 점포의 운영실적 조사를 통하여 점포 살리는 방법

(1) 상품별 판매동향을 조사한다.

제품수명주기에 따른 특징과 전략

특징	도입기	성장기	성숙기	쇠퇴기
판매량	적다	빠른 속도 증가	절정에 이름	감소 트렌드
판매이익	적다	빠른 증가	최고수준	감소
고객형태	혁신적인 고객	적응이 빠른 고객	보통고객	보수적인 고객
경쟁상품	거의 없음	증가 추세	감소 시작	감소
판매방향	상품인지도를 높이기 위한 시험 구매 촉진활동 실시	상품판매율을 극대화	상품판매량을 유지하 며 이익을 극대화	판매부대비용 최소화
광고	혁신적인 고객을 위한 상품의 인지도 제고	일반고객에게 상품을 알리고 구매 유도	상품의 유용성 강조	상품 선호고객은 계속 유지하고 광고 줄임
판매가격	시장가격 적용	시장침투가격으로 조정	경쟁업체와 같은 가격유지	가격인하
판매촉진	판매촉진으로 시험구 매유도(예 : 무료시음, 견본제공)	판촉의 강도를 약간 줄 이며, 고객의 수요를 받아줌	상품충성도를 제고시킬 판촉행사 진행	최소한의 판매촉진 진행

— — —

(3) 판매촉진의 방법을 점검한다.

(4) 상품의 진열상태를 점검한다.

진열점검서

항목	현황평가	평가	개선사항
관련 상품과의 진열 상태			
선입선출에 의한 진열			
가격비교가 가능한 진열			
색상, 크기가 조화된 진열			
엔드 진열의 상태			
쇼윈도 진열의 상태			
진열의 상태가 깨끗한가			

※ 평가기준 : 우수 ●, 보통 ▲, 불량 ×

(5) 점포의 청결상태를 점검한다

점 포 청 결 점 검 서							
장소	점검항목	예	아 니 오	장소	점검항목	예	아 니 오
간판	· 간판은 깨끗한가? · 간판의 전등은 고장난 것이 없는가? · 거미줄이 끼어 있지 않은가? · 전면 유리창은 깨끗한가? · 창틀에는 먼지가 끼어 있지 않은가?			주방	· 싱크대 배수구는 청결한가? · 환기는 잘 되는가? · 천장은 깨끗한가? · 음식물 찌꺼기가 묻어 있지 않은가? · 배수구로 물은 잘 빠지는가? · 조명상태는 문제가 없는가? · 바퀴벌레 등 해충은 없는가?		
현관	· 매트는 깨끗한가? · 현관 천장은 깨끗한가, 거미줄은 없는가? · 쓰레기통은 깨끗한가, 악취가 나지 않는가?			장비	· 점포 내 에어컨의 필터는 깨끗한가? · 냉동고에 성에가 끼어 있지 않은가? · 냉장고에 오래된 음식물이 있지 않은가? · 싱크대 밑부분, 뒷부분은 깨끗한가?		
점포 내부	· 계산대 주변은 정리가 잘되어 있는가? · 진열대의 상품들은 먼지가 없으며 깨끗한가? · 바닥에는 껌 또는 얼룩이 있지 않은가? · 고장난 전등은 없는가? · 테이블과 의자는 깨끗한가, 테이블 밑은 청결한가?			창고	· 창고의 시건 장치는 잘 되어 있는가? · 환기는 잘 되고 있는가? · 쥐 등 해충류는 없는가? · 바닥이 청결한가? · 불필요한 폐품이 놓여 있지 않은가?		
화장 실	· 악취가 나지 않으며 청결한가? · 환기는 잘 되는가? · 휴지 및 비누는 준비되어 있는가? · 수건은 깨끗한가? · 변기 내에 오물이 묻어 있지 않은가? · 휴지통은 깨끗한가?						

3) 시장조사로 점포의 기회, 위협요인을 파악하라

첫째, 상권의 변화에 민감하라.

둘째, 경쟁점의 출현에 민감하라.

셋째, 주변의 업종 변화를 파악하라.

넷째, 주변경기의 흐름을 파악하라.



4) 경쟁점을 조사하라

단계	주제	점검사항
1단계	조사의 포인트 결정	자점의 문제점이 무엇인가(상품력, 가격, 서비스)? 조사 포인트는 가급적 세분화하여 진행한다. 막연한 조사는 시간과 인력만 낭비할 뿐이다.
2단계	조사의 목적 수립	새로운 판촉방법 도입 고객을 접객하는 방법
3단계	자점의 현상 요약	먼저 내 점포의 문제점 정리
4단계	세부 조사항목 결정	계산대 접객요령, 인사방법, 판촉아이템 및 방법
5단계	현장조사 실시	사실에 근거한 조사 실시
6단계	조사결과 정리	각 항목별 기록 유지 및 사진 자료 첨부
7단계	자점과 대비 분석	자점과 비교검토를 통해 개선점 파악
8단계	교육 후 현장에 반영	개선점을 명문화한 후 현장에 반영
9단계	시행결과 피드백	점포에 반영 후 결과에 대한 평가

5) 신규고객 창출방법

- 매출액은 점포를 이용한 고객수와 이 고객들이 구매한 상품금액에 비례

$$\text{매출액} = \text{총고객수} \times \text{고객단가}$$

6) 매출하락에 대응하는 매출증진방안의 실행

- 4단계 과정 : ① 매출추이조사
② 요인조사작업
③ 결과분석작업
④ 대책실행작업

[illegible]

(2) 제2단계 : 요인조사작업

항목구분	기준	현상	평가 점수	비고
적정근무 인원수	20점			
근무자의 용모와 태도	20점			
각종 규정준수 정도	20점			
고객서비스 수준	20점			
근무자의 근면성	20점			
종합평가점수	100점			
각각의 현상 평가점수가 10점 이하일 경우 비고란에 이유를 기재한다.				

항목구분	기준	현상	평가점수	비고
장비 관리상태 및 작동	20점			
상품의 레이아웃 및 금전등록기 작동	20점			
가격표 부착과 정확한 가격 표시	20점			
매대별 상품진열 여부 상태	20점			
점포의 내부 및 외부 청결 위생 상태	20점			
종합평가점수	100점			
각각의 현상평가점수가 10점 이하일 경우 비고란에 이유를 기재한다.				

(3) 제3단계 : 결과분석 작업

- ① 특정 상품의 매출이 다른 상품들과 달리 예외적으로 매출이 떨어졌는가?
- ② 주요 상품군의 매출이 다른 상품군들과 달리 예외적으로 매출이 떨어졌는가?
- ③ 특정 상품 또는 주요 상품군의 매출이익률이 예외적으로 감소했는가?
- ④ 점포직원 또는 서비스에 문제가 있는가?
- ⑤ 점포운영 및 관리에 문제가 있는가?



(4) 제4단계 : 대책실행 작업

- 매출하락 상품군에 대한 대응책 4가지

- ① 판매가격의 인하
- ② 판매가격의 인상
- ③ 신상품/서비스의 개선
- ④ 저회전상품의 삭제



경쟁대응지침

경쟁점이 다음과 같다면	다음을 실행한다
1. 신규점포로서 가격이 비슷하면	· 특별히 자신의 점포 장점 상품을 부각시켜라 · 경쟁점포의 판매촉진 가격과 부합하는 것을 고려하라
2. 신규점포로서 주요 상품군 판매가가 더 싼 때	· 경쟁적이 되기 위해 주요 상품을 조정하라 · 장점 상품을 부각시켜라
3. 독립자영점포로 판매가가 대체적으로 더 싼 때	· 주요 상품가격을 평가하고 필요하다면 조정하라 · 경쟁점포의 장점, 특히 광고된 상품을 반영하라 · 전형적으로 독립자영점포의 장점인 고객서비스의 중요성을 강조하라
4. 신규점포로 뛰어난 물적설비를 가졌을 때	· 리모델링을 고려하라. · 점포 외장을 유지 보수하라 · 경쟁점포와 부합하게 내 · 외장을 향상시켜라
5. 새로운 장비/개선된 물적 설비를 갖춘 오래된 점포	· 관련된 상품에 대한 매출/판매가를 분석 검토하라 · 경쟁자의 새로운 개념에 대한 고객반응을 조사하라 · 비용 투입/리모델링보다는 오히려 가격/머천다이징/광고에 대해 경쟁자와 부합되게 하라
6. 자신의 점포보다 대형점일 때	· 점포의 강점 상품을 더욱 강화하라 · 대형점의 단점인 고객서비스의 중요성을 강조하라
7. 자신의 점포보다 소형점일 때	· 경쟁점포보다 상품을 다양하게 하라 · 소형점의 장점인 고객서비스의 장점을 더욱 강조함으로써 경쟁점포에 대응하라