

河内長野市内の事業者様へ  
販売力・収益力ベースアッププログラム  
～第5回 売上までの流れを整理する～

発 信：河内長野市産業観光課

文章作成：佐々木千博

(河内長野市委託中小企業診断士)

「売上を上げる考え方と方法」をお伝えするシリーズ 全7回の2回目です。

このシリーズに取り組むことで、

- ・売上を上げるための具体的な施策を具体的に数多く考えられるようになります。
- ・販路開拓の新しい方法が見つかる場合があります。
- ・お客様を増やす具体的な方法を知ることができます。
- ・客単価を上げる具体的な方法を知ることができます。
- ・何度も購入頂くための具体的な方法を知ることができます。
- ・売上を上げる施策を考える中で、自社商品のブラッシュアップもできます。

※今回は、わかりやすさを優先して一般消費者向け事業（B2C）の例で記載しますが、  
企業向け事業（B2B）でも同様に考えることができます。

前回は、売上の方程式「売上＝客数×購買単価×購入頻度」を考えました。

今回は、売上ができるまで（お客様に購入いただくまで）の流れを、順を追って見ていくことで、そのプロセスにそった売上向上の方法を考えます。

自分がお客様の立場の時をイメージしてください。

その商品のことを全く知らない状態から、商品を購入するまで、どのような段階があるのでしょうか？

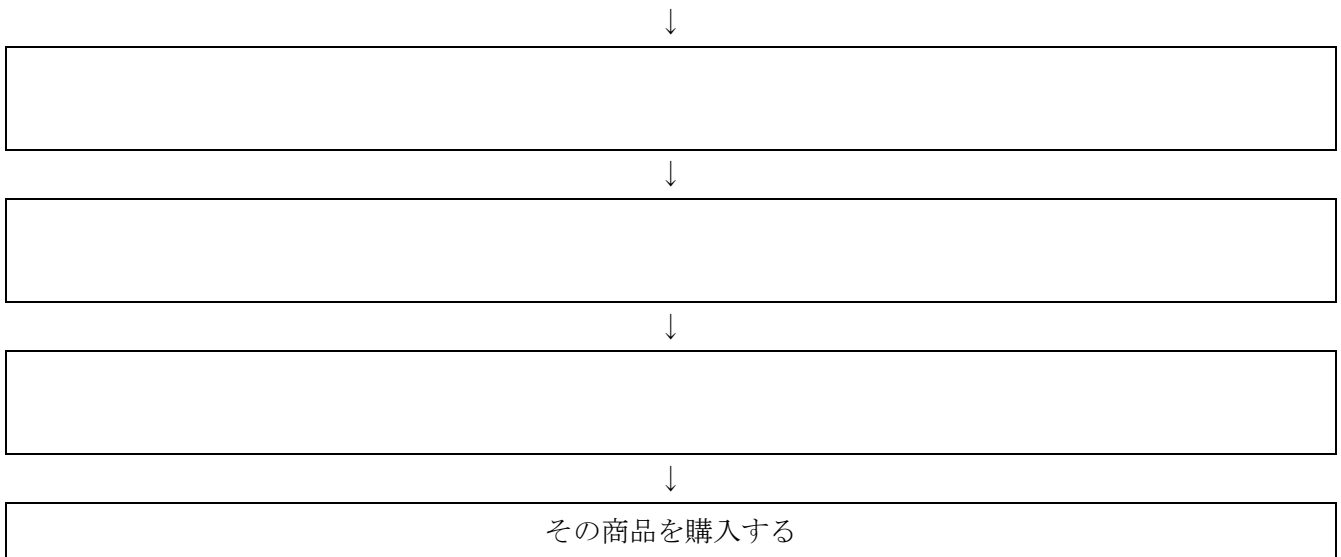
**【Work-01】**

あなたは、1ヶ月前には全く存在すら知らなかった、ある商品を今日購入しました。（ある商品は、自社商品で考えてみてください。）その場合、どのような段階を経て購入に至るのでしょうか？内に、商品を知ってから購入するまでの段階を書いてみてください。

その商品の存在を知る

↓

↓



如何だったでしょうか？

勿論、あなたの購入する商品の価格や性質、あなたの性格や慎重さなどによって色々な段階があることと思いますが、今後は購入後のことも含めて、以下の流れで考えたいと思います。

その商品の存在を知る
 → 
 商品に興味を持つ
 → 
 比較・検討する
 → 
 購入する
 → 
 リピート・推薦する

仮にこのプロセスであった場合、お客様が「商品の存在を知る」ための取り組み、「興味を持つ」ための取り組み、「比較・検討」して選んでもらう取り組み、実際に「購入」する方法を用意する必要があります。その後、「リピート」購入してもらい、「推薦（口コミなど）」してもらい必要もあります。

各プロセスを、成り行きまかせにするのと、各プロセスに対してきちんと対応するのでは、結果に大きな差が出ます。例えば、パン屋さんの場合で簡単に考えてみましょう。

ステップ	打ち手・施策	留意する点
その商品の存在を知る	ブログを書く	検索される言葉を意識して入れる。具体的には、地名「河内長野」と「有機」
	看板	色々な距離、角度から目につくかチェックする。
その商品に興味を持つ	ブログに店主の个性的プロフィールとパンのこだわりを書く	なぜ今のパンづくりに到達したのか？ストーリーで伝える。商品だけでなく、人を売る。
比較・検討する	自家製パンの特徴をプロ	近隣の競合店を事前に調べ、違いを意識して書く。

	グにきっちり書く。	
購入する	温かみのある手書き POP	「限定〇個限り」の表記や、一手間かけて美味しい食べ方、スタッフの感想など、楽しい POP に。価格は税別で分かりやすく記載。

例では、ほんの少ししか書きませんでしたが、実際には各プロセスで複数の打ち手が打てるはずです。

### 【Work-02】

先程、考えた自社商品の購入までのプロセスで、具体的に取り組みそうな内容を書き出してみてください。

ステップ	打ち手・施策	留意する点

できるだけ、細かいステップで、取りうる限りの施策を、できるだけ具体的に書いてみてください。

今回は、お客様が商品を知ってから、購入するまでの流れを分解して、それぞれのプロセスでどのような取り組みができるかを考えました。今後、具体的に各プロセスの中身を具体的に見ていきますが、その前に事業がなりたつ大前提となる「お客様」について、次回考えてみたいと思います。

以上