

日本橋分会ニュース

2022年5月10日（火）『職場懇話会』開催報告

田中店長、橋爪営業統括部長、太刀川総務部長にご出席をいただき、日本橋本店の2021年度店方針の取組みの確認と2022年度の日本橋本店方針について質問しました。

議題1. 2021年度の振り返り

日本橋本店の21年度の取組みについて以下を確認しました。

1) トップラインを上げる施策について

- **外商顧客への施策**として、外商バイヤーと連携した提案やおもてなしを強化し、1回のご来店で億単位の買上げなど、一定の顧客層への大きな成果につながりました。
- **サテライト店との連携**は顧客ニーズをふまえ、洋食器や子供服など一部アイテムの取り寄せが成果につながり、全体の売上高も予算比104%を達成しました。
- **地域店との連携**は、外商部との地域店の外商顧客への取組みが大きな成果を生んでいます。

2) マルチタスクの取組みについて

- 店内や本社からの応援を中心に取組んだ結果、クレームの大幅な減少や業務改善、1億円近い販売管理費の削減につながりました。

議題2. 2022年度日本橋本店方針について

日本橋本店の22年度方針について伺いました、今回はポイントのみ抜粋して報告します。

1) 高感度上質戦略（価値提供の考え方と店舗を支える仕組み）

- お客さまに提供する価値を①感動・②期待通り・③当たり前 の3つの段階で分類し、本店で働く従業員一人ひとりがMD・サービス・環境の3つの要素の充実を考えます。
- 1つの打ち手としてSMステーションを各階に設置します。金腕章がお客さま・外商セールス・PS・店内案内・電話交換に対して、フロア内の相談役や他のフロアへの中継役を担います。

2) 顧客とつながるCRM戦略（カード顧客や入店客数と新お買場帳場制度）

- エムアイカード顧客の中には、退会される顧客も多くいることや、コロナ禍で入店客数の減少が継続しているなか、顧客獲得や来店促進の取組みの必要性は高いです。
- お帳場顧客の中には休眠口座も多くあり、日本橋店でも具体的な施策を打つことができていませんでした。中には現役世代の前主も一定数いて、そういった方々への来店促進を強化します。具体的には6月から外商部以外のステージBが1人で7名程度の帳場顧客を担当し、来店につながるようなご案内に取組みます。

日本橋本店の2022年度方針はステージA・Bを対象に説明され、その他の雇用形態には所属や担当内での説明が実施されることになっています。その他の内容は上長にお問合せください。

連絡先：労働組合 三越伊勢丹支部 日本橋分会 801-23-911
担当：濱野・眞鍋・小松・中村・森園

【LINEお友だち登録キャンペーン】実施中(9月30日まで)

期間中にお友だち登録いただいた方にイングちゃんステッカーをプレゼント！！
すでにお友だち登録されている方も対象です！ステッカーは自己申告制のため、
ご希望の方は職場にいる組合役員もしくは労働組合にご連絡ください！

LINE



組合Yammer
コミュニティ



<イングちゃん>
IMGU公式
マスコットキャラクター