

みんなの質問

～さあミライの話しよう～



木村：「私たちが目指す夢の小売りの姿」を実現するためには何が必要か教えてください

神林：2022年の下期方針で「中期的に目指したい姿は、札幌大通で百貨店を中心にした街を構築していきたい。」「人々が憧れるまちにしたい。」とお話しました。

世界中の人々が集まり、寛ぎ、暮らしたいと思うような姿を目指したいと考えております。まち化の成功要因には、建物だけではなく、人の力が必要だと考えています。

札幌にも様々な新しいビルが建ちましたが、本当に魅力的なビルは建っていないと感じています。

目指すべき夢の小売りの姿として、一番重要な**「販売」**では、お客様の人生すべての相談役ライフコンシェルジュを目指していただきたいです。

下期に取り組むことは①お客様に頼られるためのカテゴリーのプロ化②販売の型作りです。

中期的には複数のカテゴリーのどプロになっていただき、研ぎ澄まされた販売の型を構築していただきたいです。

我々が目指すべき“夢の小売”の姿

目指す夢の姿	
CRM (顧客との関係性維持)	顧客ニーズマッチングが100%出来ている
商品仕入	リアルとヴァーチャルで完全な品揃え
販売	顧客のライフスタイルコンシェルジュ
インフラ (土台)	サステナブル経営

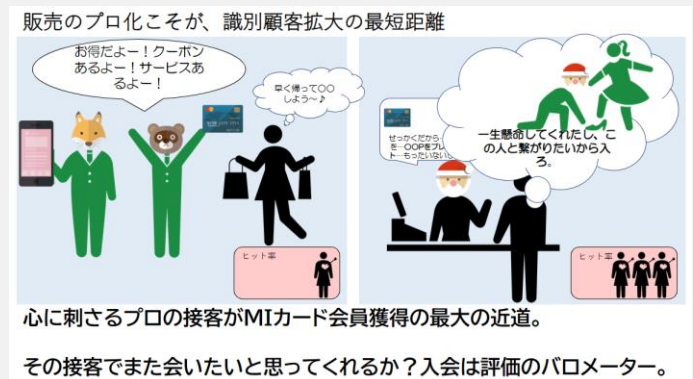
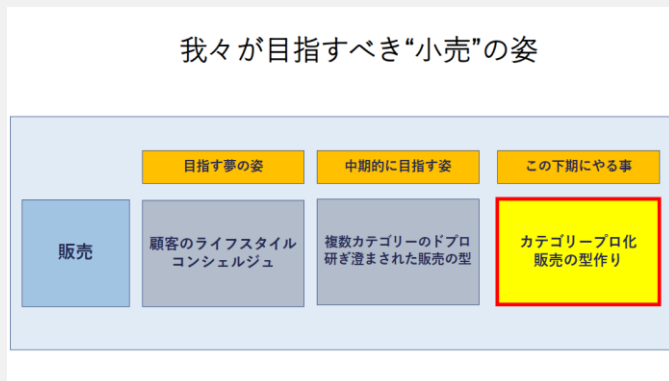
我々が目指すべき“夢の小売”の姿

目指す夢の姿	中期的に目指す姿	この下期にやる事
CRM (顧客との関係性維持)	顧客ニーズマッチングが100%出来ている	顧客識別比率向上に向けMI、DID獲得
商品仕入	リアルとヴァーチャルで完全な品揃え	既存MD、POPUPの品揃え精度=顧客ニーズとの整合性向上
販売	顧客のライフスタイルコンシェルジュ	複数カテゴリーのドプロ研ぎ澄まされた販売の型 カテゴリープロ化販売の型作り
インフラ (土台)	サステナブル経営	コストの最適化 販売管理費の削減

みなさんには、カテゴリーのプロになるために、自分が扱う商品を一生懸命学んでいただきたいです。

店頭に商品がなくお取り扱いがない商品でもノーと言わずに探してご提案する。ノーと言わないことを心掛けていただきたいです。

夢の姿は自店で扱う全ての商品カテゴリーを熟知し、お客様の生活全般について、ご提案ができる事です。全世界にネットワークを持ち自店を越えてお客様に最適なモノやコトをご提案できる状態になっていただきたいと思っています。



良い接客をすると一番大事な識別顧客を拡大する事が出来ます。

MIカードを例に挙げると、獲得するには大きく2つの方法があります。1つ目は特設カードカウンターを設けて勧誘する、2つ目は接客の後におすすめることです。お客様がこの方は一生懸命接客してくれていたし、この方と繋がっていたいから入ろうと思っていただくことになります。

心に刺さるプロの接客がMIカード獲得の最大の近道です。入会は評価のバロメーターと考えています。

まち化の成功要因として、建物は1割です。残りの9割を占めるのは人だと考えています。スタイリストの魅力に惹かれて慕って集まってくれるお客様がいる事でこそ、まちは活性化されます。

お客様を惹きつけるプロ磨きが、まち化の成功に向けて一人ひとりが行うべき唯一最大の準備と考えております。皆さんで取り組んでいきましょう。

『本編』
動画はこちら



感想・今後取り上げて欲しいテーマなど
アンケートはこちら



発行所：三越伊勢丹グループ労働組合
北海道統括支部 札幌丸井三越支部
外線：(011)205-2525 内線：22525
発行人：木村 正男

