

誰がいつ何をやるか一目で分かる!

年末年始 (11月中旬～1月中旬) 60日間やるべきこと カレンダー

ワンスアラウンド 古賀智映子

下半期の売上げ達成の鍵となる時期がやって来しました。今年の年末商戦は景気低迷の影響を受け、例年より苦しい戦いが予想されます。さらには業績悪化の影響で、労働時間のカットを行う企業も多くなってきたいます。この11月から1月にかけて、店は人材不足のためにより一層忙しくなることが予想されます。今回はそんな皆さまに少しでもお役に立ちたいという思いから、11月中旬～1月中旬にかけての60日間オペレーションカレンダーを作成しました(図表①)。カレンダーに沿って、どの時期に、誰が、何をやるべきかについて解説していくのでぜひ参考にしてください。また「客数が減って売上げが下がる一方」と落ち込んでいる方も多いとは思いますが、客数が減っている分、1人のお客さまに接客できる時間は増えています。客単価アップのチャンスだととらえてください! 客単価をアップさせれば売上げは上がります。今の状況を逆手に取り、この機会にできることから始めてみましょう。

11月中旬から11月末

冬物実売期! プロパー販売を強化しよう

気温も下がり、先取りのおしゃれではなく、本格的に冬物が必要だと感じる時期です。暖冬かどうかによってお買い上げに変化が出ますが、コートの入荷も増える時期なので、客単価アップを目指し接客を強化しましょう。

店長が行うべきこと

冬物の実売期ですので、商品動向をチェックすることが大切です。特にコートの売れ行きや在庫はきちんと把握したいところです。他のアイテムより生産枚数や型数が少ない分、サイズ欠けなどを起こしやすいので、追加依頼がすぐに行える状態にしておいてください。コートの売上げ枚数は、店全体の売上げへの影響が大きいので気を付けましょう。

また、商品動向を本社へフィードバックすることも忘れてください。セールに向けて追加生産するかを判断するための重要な情報です。店の代表として、お客さまの声を届けましょう。

スタッフが行うべきこと

プロパー販売を強化する月であるとともに、客単価アップが狙える月です。コートのセールストークを研究したり、コートを含めたトータルコーディネートの実践を行って、接客スキルの向上に努めましょう。

冬のボーナス支給に合わせてお客さまの財布のひもも緩くなっているはず。コートを見ているお客さまにはなるべく袖を通していただくようにお勧めしましょう。イベントなどが少ない分、11月に行うべき作業はあまりないのですが、比較的閑散としている時間を利用して顧客カードの整理を行うと、12月からのイベントの準備がスムーズに行えます。来店頻度や購入金額など、どのお客さまにDMを送るべきかを整理しておきましょう。

12月

集客イベント大作戦& 本セールの仕込みで大忙しの月

街がクリスマス装飾で彩られ、店もにぎやかさが増す時期です。各イベントに来店されるお客さまを大切にしつつも、1月の本セールに向けて準備も進めなければならぬので、計画性と実行力が求められます。

店長が行うべきこと

まず、各イベントの作戦を練り、計画書を作成しましょう。計数目標、強化商品、売場づくり、スタッフの役割分担など、イベントを頭でイメージして計画してください。計画のポイントは「具体的に」です。例えば「小物をお勧めしよう」という抽象的な目標ではなく、「マフラーを30点販売して予算の15%ゲット!」のように具体的な目標にすれば、「目標達成のために店内の1等地で展開して、ボディにも着用させよう。1日1点販売を目標して接客しよう」などと行動も具体的にイメージしやすくなります。

計画を立てたら、スタッフと事前ミーティングを行いましょう。イベントやセールが始まると、目が回るほどの忙しさで、個人に指示を出している時間はありません。事前に時間を取り、イベントの趣旨や計画、目標などを伝えます。

店長は、セール準備を時折手伝いながら進捗状況を確認します。この進捗確認を怠り、前日になって作業が残っている

図表① 60日間やるべきことカレンダー

日付	曜日	行事・イベント	店の動き	店長の動き	スタッフの動き	
11月16日	月				ストック整理	
17日	火		コート入荷	在庫金額確認	商品確認	
18日	水				顧客名簿整理	
19日	木			商品展開	コートフェア用備品準備	
20日	金	コートフェア				
21日	土					
22日	日				フェア中間報告	
23日	月					
24日	火					
25日	水					
26日	木				ストック整理	
27日	金				お取り置き電話	
28日	土				DM作成	
29日	日				報告書作成 店長へフィードバック	
30日	月			クリスマス店装		
12月1日	火	クリスマス ディスプレイ	商品入荷	イベント計画書	ストック整理	
2日	水				DM確認	備品発注
3日	木	店長会	DM発送(プレセール用)		DM発送	
4日	金					
5日	土					
6日	日					
7日	月			プレセールミーティング	プレセールミーティング	
8日	火		商品入荷	プレセールミーティング	プレセールミーティング	
9日	水			売場づくり	プレセール用備品準備	
10日	木	プレセール				
11日	金					
12日	土					
13日	日					
14日	月				報告書作成	店長へフィードバック
15日	火					
16日	水				1月シフト作成	備品発注
17日	木				本セール計画書	
18日	金				本セールミーティング	本セールミーティング
19日	土				本セールミーティング	本セールミーティング
20日	日				本セールタグ付け開始	
21日	月					
22日	火		商品入荷		ストック整理	
23日	水				備品発注	
24日	木				顧客へ電話(お取り置き会)	
25日	金			クリスマス店装撤去		
26日	土			梅春商品一部展開		
27日	日					
28日	月	セール商品 取り置き会				
29日	火			商品入荷		ストック整理
30日	水			福袋入荷	本セール準備確認	本セール用備品確認
31日	木			売場づくり		
1月1日	金	福袋販売				
2日	土	本セール				
3日	日					
4日	月					
5日	火					
6日	水			商品入荷		ストック整理・検品
7日	木					備品発注
8日	金					
9日	土					
10日	日				報告書作成	店長へフィードバック
11日	月		クリアランス		売場変更	
12日	火					
13日	水					
14日	木					

2009年

2010年

図表② 準備はOK? セール前日チェックシート

項目	内容	チェック欄
クレンリネス	レジ周辺は整理整頓されているか	
	店にゴミやほこりは落ちていないか	
	フィッティングルーム内はきれいか	
	店内の鏡に汚れが付いていないか	
売場	商品の陳列は乱れていないか	
	ボディの着せ替えは終了しているか	
	POPの乱れやプライスの記入間違いはないか	
	タグの付け忘れやプライスの付け間違いはないか	
ストック	商品整理は行われているか (セールとプロパーに分かれているか)	
	取り置きや取り寄せ商品はセール用のプライスになっているか	
	ヘルプスタッフ用の私物置場ができていないか	
オペレーション	店目標を共有できているか	
	ピーク時の役割分担は決められているか	
	・レジ ・サッカー ・フィッティング	
	・福袋担当 ・店内接客担当 ・商品担当	
	シフトやダイヤコントロールの確認ができていないか	
	セール中のルール決めはできているか	
	・取り置き、取り寄せは可能か	
	・返品希望のお客さまへの対応	
	・試着点数、フィッティングルームへの誘導方法	
	・ポイントカードのつけ方	
・ラッピング希望の方への対応		
・商品フォローの方法		
・お直し商品の承り方		
備品	ショッパーのストックはあるか	
	レジ周りの備品はそろっているか	
	・レジロールのストックはあるか	
	・タグ入れの箱は用意できているか	
	タグシールや無地のタグはあるか	
	フェースカバーはストックがあるか	
POPのストックはあるか		
書類	イベント計画書は用意できているか	
	報告書類の準備はできているか	
	プライス早見表はあるか	

ことが判明して深夜まで残業……という経験はありませんか? (私はありません)

またセール前日、しっかり準備を行ったのに、店から帰るときになつて何かやり残したのではないかと不安に襲われることもよくありますよね。そんなときに役立つセール前日用のチェック表「準備はOK? セール前日チェックシート」を用意しました(図表②)。セール初

日を迎えるに当たって準備は万全か、チェックシートで確認しましょう。これぞ安心してセール初日を迎えてください。

スタッフが行うべきこと

イベントで集客も増える12月。11月に積んだ接客訓練の成果が試される月です。

クリスマスのプレゼント探しで来店のお客さまには楽しい思い出づくりのお手伝いのために、プレセールで来店されるお客さまには日ごろの感謝を込めてしっかりと接客するよう心掛けます。

店長からイベントやセールについて指示を受けたら、各スタッフは役割分担を理解して準備を進めましょう。特に本セールの準備は工程がたくさんありますので、スタッフ同士で助け合いながら作業を進めます。作業を行うときは「セールのタグ付けを1時間行います」とか「スカートのタグ付けまで終わりました」など、作業開始と終了後の報告を欠かさず行うようにしましょう。

1月の始まり! 半期に一度のセールがやって来る

新年の始まりとともに、ビッグイベントである本セールに突入です。福袋の販売を行う店もあり、朝から大忙しの毎日が続きます。この時期は行動あるのみ。動いて、売って、補充して! スタッフの臨機応変な判断力とチームワークが勝敗を分けます。お客さまとスタッフの動きを把握して、今何をすることがベストか、優先順位を見極めて行動します。

店長が行うべきこと

店長はなるべくレジ担当などの役割に

要があります。この商品を移動したら、この什器には何を展開しよう、というように、店のレイアウトを常に頭に描いておきましょう。

スタッフが行うべきこと

混雑した店内でのオペレーションは、日常と優先順位が違う場合があります。例えば、通常はフィッティングルームで接客する際には、お客さまが試着している間にコーディネートできる商品を用意しておきますよね。しかしセールでは、フィッティング担当はなるべくその場を離れず多くのお客さまが試着できるように誘導します。お客さまからの要望は店頭のスタッフが伺いするようにして、お互いをフォローします。店の状況に合わせて、役割の理解とベストな動き方を考えて行動しましょう。

は付かず、フリーで動けるようにして全体をコントロールしましょう。全体のコントロールをする人がいないと、異常に混雑してしまう場所ができてクレームになったり、夕方まで休憩を取れないスタッフがでてしまったりと、どこかに負担が偏ってしまいます。全体のかじ取りを行ってトラブルを未然に防ぎましょう。また、セールでは売場の状況を見て、商品展開の変更を行います。そのために店長は、常に1歩か2歩先を考えておく必要があります。この商品を移動したら、この什器には何を展開しよう、というように、店のレイアウトを常に頭に描いておきましょう。

また、指示されたことだけをするのではなく、自発的に動くことも重要です。店長の体は一つしかありませんから、常にすべてのスタッフに丁寧な指示出しはできません。どのように動けばお客さまにとってよいのかを各頭に置いて考え、自ら動きましょう。

いかがでしょうか。11月から1月の動き方のポイントは分かりましたか? 店長もスタッフも目標は同じですが、役割が違います。それぞれの役割を果たしてこそ初めてチームは完成されるのです。あなたの店のコンディションはOKですか? 年末商戦に向けて、一致団結して頑張らしましょう。