

小売業界での競合店調査

～ ますます重視されるお客様視点 ～

他店との売上高の差がなぜ生まれるのか?小売業界で競争関係进行分析する際に、もっとも基本的なデータとなるのが、自分の店舗と競合店舗との比較調査です。

その調査では、他店の悪いところばかりを探しだそうとするのではなく、むしろ良いところをしっかりと探し出すという姿勢が求められます。そして、同業者の視点ではなく、あくまでも消費者の視点で店舗を調べることが求められます。

消費が成熟化すると、店舗の安心感や陳列方法など情緒的な側面が購買決定を左右するようになります。だからこそ、消費者の視点に立ってものごとを考えることが、ますます大切になっているのです。



【お客様視点のチェックポイントの流れ】

