

	施策の目的	目標		具体的な施策	備考
売上高を増やす	売上数量を増やす	既存顧客を減らさない	1	継続的にコンタクトを保つ	メール、FAXを出す、リマインドさせる
			2	消耗品販売も行う	定期的継続的に購入頂ける
			3	サプライズのプレゼントやイベントを行う	マンネリ化させない
		新しい顧客を探す	4	既存製品を新規顧客に販売する	定評のある既存の製品を販売する
			5	既存顧客からの紹介を受ける	紹介はお願いしなければ出てこない
			6	マッチングサービスを使う	日本政策金融公庫のインターネットマッチン
		商品ラインを広げる	7	同業者とコラボレーションをする	同業者といえども課題や問題点は共通、補完
			8	異業種とコラボレーションをする	顧客のニーズが合えばOK、顧客交換
			9	優れた外注先・協力先を発掘する	既存の製品に改良を加える
			10	新製品を既存顧客に販売する	あなたをよく知っているので不安感がない
			11	新製品を新規顧客に販売する	認知が難しいです
			12	+サービスを加える	電機製品取り付け無料サービス
		顧客の利便性に応える	13	提案営業を行う	お客様が気がつかないようなニーズへ価値提案をする
			14	特急納品に対応する	10分の時間が貴重なときがあります。
			15	組合せ販売をする	セット商品で割引をする
			16	小分け販売をする	お店が小分け量を決める
			17	好みの量を買える	お客様が小分け量を決める⇒量り売り
			18	分割払いを行う	いま、お金がなくても買って頂ける
			19	ネット、来店、FAX、電話いろいろな方法で注文できる	お客様が使える方法で買って頂ける
			20	夜中まで開いている	夜遅い時間に動ける人には便利、コンビニ
			21	朝早くから開いている	朝早い時間に出勤する人には便利
			22	購買履歴からお薦め商品を提案する	amazonのリコメンド
		新しい使い方を提案する	23	新しいニーズを呼び起こす	あなたの仲の良いお客様に聞いてみる
			24	製品をサービス化する	製品とは共通ニーズ対応、サービスは個別対
		お客さまのちょっとした好みに応える	25	麺固め(柔らかめ)、つゆたく	お客様が売り物をつくれる
			26	部品を選択し顧客好みの製品とする	お客様が売り物をつくれる ⇒デルのPC
			27	裏メニューをつくる	お客様が常連気分になれる
		お得感を出す	28	二部料金体系をとる	入口と中の2つの価格体系とする、スポーツ
			29	2個目からは半額とする	珈琲店、メンズスーツ
			30	回数券販売をし、20%値引きをする	サービス提供よりも現金が先に入る、死蔵益
		稼働率を上げる	31	労働生産性を上げる	同じ時間でもっと作り、売れるようにする⇒
			32	他社のOEM生産を受託する	他社の仕事を受注する
		顧客が買う手間を少なくする	33	ネット販売を行う	24時間働いてくれます。
			34	夜間営業を行う	ネット販売で行えばいいでしょう
			35	ネットで購入操作回数を減らす	クリック数が多いほど途中で脱落してしまう
			36	電話でも注文を受ける	年配の方には向いているかもしれません
		顧客の来店回数を増やす	37	ゲリラセールを開催する	ちらしで安売りを広告するとそのときしか来てくれない
			38	DM、メール等で勧誘する	基本です
			39	割引券を添付する	よくやられますが、配りすぎではだめです。
			40	お客様カードを用意する	5回目の来店では20%引き
			41	楽しいお店にする	ドンキホーテ
		顧客のリスクを減らす	42	廉価版、簡易版を販売する	お客様のニーズを本当に満たしているかという不安対策
			43	廉価版、簡易版商品をプレゼントする	広告費だと考える
			44	返金保証をする	お客様が商品や売り手に対して不安があると
			45	一定期間、商品の貸出サービスを行う	購入するよりリスクが減ります
			46	契約期間を短くする	気に入らなかつたらすぐに止められるように
		自社をもっと知ってもらう	47	広告を出す	認知度を増すのがいちばん大事
			48	既存顧客に新規顧客を紹介してもらう	あなたをよく知っている人から紹介は効きま
			49	無料パンフを配る	基本です。あとはどうやって配るかです
			50	自社HPを持つ	持ってもすぐに売上が増えることはないです
			51	Youtubeで生産過程を動画で配信する	職場や働いている社員の顔が見える
		自社の信頼度を上げる	52	顧客との問い合わせに丁寧に対応する	
			53	自社見学を歓迎する	内情を隠さず見せれば安心してもらえます。
			54	無料セミナーを開催する	広告費と考える
			55	書籍を出版する	配れるというメリットがあります。
			56	マスコミに取り上げてもらう	社会的証明
		買ってくれた顧客にもっと買ってもらう	57	クロスセル	別の商品をお薦めし、買って頂く。スーツにネクタイ
			58	アップセル	ワンランク上の商品を買って頂く
			59	記念日DMを出す	買う理由を提供する

## CF増加施策

	施策の目的	目標	具体的な施策	備考
		顧客との密着度を上げる	60 自社製品のスキルを教えるセミナーを開	カメラ教室、PC教室
			61 顧客参加のイベントを行う	お客様との距離が身近になる。
			62 自社の商品の活用教室を行う	料理教室
			63 オフ会、懇親会を開催する	多少の無礼講ありで、かなり大事です
		継続的関係を築く	64 会員制度をとる（無料。有料）	毎月、コンテンツを提供する
			65 メールマガジンを定期的に発行する	リマインドを取る
			66 回数券販売をする	前受け、予約販売になります。
		試させる	62 試食をさせる	不味かったら買わなくて済む、失敗なくて
			63 体験版を送る	不味かったら買わなくて済む、失敗なくて
			64 満足できなければ返品OK	不味かったら買わなくて済む、失敗なくて
			65 フリーで廉価版を提供する	不味かったら買わなくて済む、失敗なくて
		買う理由をつくる	66 客観的な判断をしてあげる	ヘアチェック、自動車保険診断、健康診断
			67 社会的証明を付ける	あの人も使っていると告知する
			68 買う理由をお知らせする	誕生日、結婚記念日
			69 無くなる前・期限切れの前にお知らせす	お米、車検
		違ったものを組み合わせる	70 ガソリンスタンド+コンビニ	相乗効果が期待できる、立ち寄り効果
			71 宝くじ+定期預金	ちょっとした楽しみが嬉しい
			72 洋服をコーディネートする	組合せでより価値を高める
		他社に販売してもらう	73 代理店を使う	手数料は取られるが、販売量増加で認知度
			74 楽天市場・amazonで販売する	手数料は取られるが、販売量増加で認知度
		他社の力を借りる	75 インテル入りPC	強力部品
			76 ペブシコーラのボトルキャップ	スターウォーズのキャップ集めるために売れ
			77 近所のレストランにパンフを置いてもら	何のコストもかかりません。
		お墨付きをもらう	78 専門家、第三者の声を使う	安心して買って頂ける
		買いにくさをなくす	79 クレジットカード利用可とする	売る側にとっては5%の手数料はイタイ
			80 1個でも販売	それが美味しければ次は10個買ってくれる
			81 わかりにくい商品をわかりやすくする	機能を宣伝しすぎると引かれてしまう
		空白市場はないか探る	82 誰も気付かなかったニーズを探す	日高屋
		記念日商品をつくる	83 記念日ビデオ	高い方が売れたりする
		共同利用で止めにくくする	84 家族割引	スマホの家族割り
		定期購入して頂く	85 雑誌の定期購入	販売しなくても継続的に売ることができます
			86 サプリメントの定期購入	販売しなくても継続的に売ることができます
			87 機器設置マーケティング	オフィスグリコ、ウォーターサーバー
		利用場所を増やす	88 屋内利用を屋外利用にも	ウォークマン
			89 屋外利用を屋内利用にも	お弁当
		機能的に陳腐化させる	90 スマホ	どんどん改良してどんどん新しい製品を買っ
			91 PC	どんどん改良してどんどん新しい製品を買っ
		ついて買いを誘発する	92 マックのポテト	ついて買いを促す
			93 予備バッテリー	周辺のニーズは喚起されている
			94 PCの増設メモリ	
		その他	95 1回あたりの利用量を増やす	小分けして皆で食べる、持ち帰れる
		売上単価を上げる	96 付加価値が高い商品を販売する	そのためには目利きが大事です
			97 提案営業を行う	お客様個々のニーズにピンポイントで応える
			98 行き過ぎ値引きを廃止する	なかにはこうしたお客様がいます。是正しま
			99 提供スピードを上げる	新幹線
			100 提供スピードを下げる	七つ星、豪華客船
			101 特急納品に対応する	バイク便
102 安く買ったモノを高く売る	せどり、アービトラージ、外国産のものを高			
103 既存の商品をバージョンアップさせる	コストをかけて、それ以上の価格を頂きま			
その他	104 販売単価を下げて売上数量を増やす	単価を下げれば売上数量が増えるか検討しま		
	105 細切れ時間を利用して別の仕事を行う	待ち時間などの細切れ時間を利用しましよ		
	106 儲かる業種にも手を出す	トレンドを把握する意味では大事かも知れま		
	107 予約してもらうようにする	将来の売上が確定する		

CF増加施策

	施策の目的	目標		具体的な施策	備考	
利益を増やす	コスト削減をする	仕入単価（外注、材料費など）を減らす	108	在庫量を減らす	売れ残りをなくす	
			109	売れ残り材料の有効活用	福袋、お任せランチ	
		製造コストを減らす	110	生産は外注先に任せる	需要変動に応じた変動コストにできる	
			111	社員数を減らす	パートに任せる。仕事を分割する必要がある	
		人件費を減らす	112	社員給与を適正化をする	働いている人には高く、働いていない人にはそれなりに	
			113	社員賞与の適正化をする	働いている人には高く、働いていない人にはそれなりに	
			114	在宅勤務を利用する	主婦の細切れ時間を利用する	
			115	正社員をパート契約にする	継続的に発生しない業務には向いています（図面作成）	
		固定費を見直す	116	顧客への移動時間を減らす	付加価値を生まない時間を減らす	
			117	事務所家賃の見直しをする（減額交渉、移転など）		
			118	保険を見直し、無駄な保険は解約する		
		細かい事務コストを削減する	119	社有車は廃止し、社員に車代を支払う		
			120	コピー枚数を減らす（PCファイルで保管する）		
			121	購入担当者を決め、一括発注し、値引きを受ける		
		投資をする	新規設備を導入して付加価値商品を生産販売する 営業マンを雇用し、販売量を増やす HPの認知度を上げる（SEOを含む）	122	HPの商品説明やFAQを充実させ、顧客からの問い合わせ数を減らす	
				123		
124				職人ほど売れることは好きではないし、慣れていない		
損失を少なくする	赤字商品の販売をやめる 在庫口スを少なくする 機会損失を少なくする	125				
		126		商品ごとの利益を把握する必要があります		
		127	オンデマンド生産により在庫を持たない			
お金を増やす	不要資産を売却する	不稼働固定資産（機械設備、ゴルフ会員権など）を売却する	128		機会損失はお客様は買いに来ているのに売れる物がない	
			130	リースバックを利用する		
	補助金や助成金をもらう	131	補助金をもらう			
		132	助成金をもらう			
		133	税額控除を利用する			
	売上代金を早くもらう	支払が遅いお客様に注意す 現金割引を5%する 前受金をもらう	134			
			135			
			136			
	仕入代金を遅く支払う	支払期間を長くする	137			
			138		あまりお勧めできません	
	借入をする	金融機関（政府系、都銀、信金など）から借りる 経営者から借りる 知人から借りる 少人数私募債を発行する	139	金融機関（政府系、都銀、信金など）から借りる		
			140	経営者から借りる		
			141	知人から借りる		
			142	少人数私募債を発行する		
	借入返済を遅らせる		143		あまりお勧めできません	
	資産運用する	定期預金、国債等で資金運用する	144	定期預金、国債等で資金運用する		