

店POWERユーザー様向け インフォメーション 発行開始！

日頃は店POWERをご利用いただきありがとうございます。店POWERはリリース開始から15年が経過しましたが、この度、新機能や新規要素の追加、操作性の向上などを実現させるために大きく生まれ変わることになりました。リニューアルに合わせ、今号より店POWERユーザーの皆様へ特化した「店POWERインフォメーション」を発行いたします。リニューアル版店POWERのご紹介を中心に、関連製品である床POWER、POWER SCREENの情報などもご提供していきます。

店POWER情報

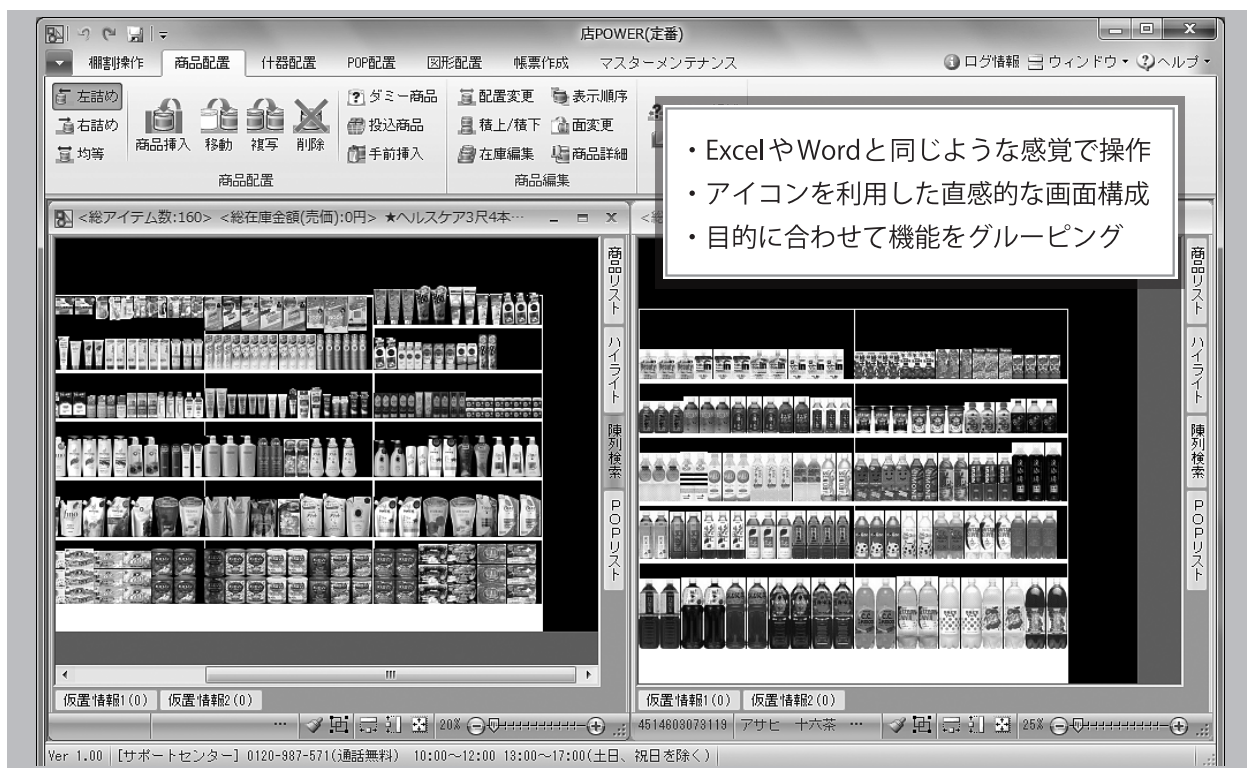
店POWERリニューアルのお知らせ その①

2015年1～2月頃リリース(予定)

ユーザー様には
基本プログラムを **無償** でご提供！(※)

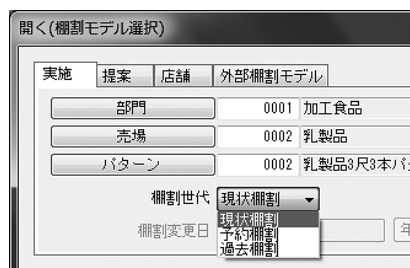
※基幹連係、初期設定、データ移行、導入教育、カスタマイズ引き継ぎ等の費用は別途発生いたします。

ユーザーインターフェイスの刷新



棚割モデルの時系列管理

現在の店POWERでは、「実施モデル」を1世代しか登録できないため、過去の棚割や未来の棚割は「提案モデル」として保存する必要がありますが、リニューアル版店POWERでは複数世代の実施モデルを管理できます。過去の棚割を手軽に検索でき、棚割の採用商品や追加カット商品の情報も過去・未来に渡って管理できます。



棚割編集機能の向上

複数の棚割モデルを同時に編集

最大4つの棚割モデルを同時に開いて編集できます。棚割モデル間での商品・什器の移動もでき、複数棚割の同時作成や同時分析が可能です。

さまざまな陳列形態に対応

現状の店POWERでは実現できない「カセット什器の配置」「別商品の積上げ」「別商品の手前陳列」も実現可能です。これまで以上に正確に棚割を作成・管理することができます。



設立20周年記念 特別価格キャンペーン

2015年3月末までの特別割引を行なっています。この機会にぜひご利用ください。店POWER追加ライセンスや、床POWERなどのパッケージ製品を20%割引で提供中です。

http://www.iconcept.co.jp/20th_campaign/

関連製品・サービスの紹介

床POWER

床POWERは単独でもご利用いただけますが、店POWERとデータ連係させることで活用レベルが大きく向上します。 <http://www.iconcept.co.jp/ypower/>

床POWERとは

店舗の床に棚割を配置してフロアレイアウトを作成・管理・分析するシステムです。店POWERの陳列情報と連係させることで、商品の住所管理にも活用できます。

活用例 ～商品の住所管理～

床POWER上で Gondra No. を登録すると、店POWERの陳列情報にも Gondra No. が連係されます。Gondra No. をフロアの地番として登録すれば、陳列データの正確な住所管理が可能になり、通路別納品などにデータを活用できます。今後のバージョンアップで、リニューアル版店POWERにも対応予定です。

5	4	3	2	1	
6	7	8	9	10	
3 番通路					
15	14	13	12	11	
16	17	18	19	20	



通路別納品

3 番通路用に、Gondra No.6～15 番に陳列されている商品をまとめて納品。

次回予告

今回は 2014 年 10 月発行予定です。

・店POWERリニューアルのお知らせ その②

(棚割編集機能、マスター項目変更内容)

・帳票WEB閲覧システム「POWER SCREEN」のご紹介

※掲載内容は変更になる場合があります。

第6ステップ：既存得意先の成長性を決定する基準項目を作成し、ポートフォリオ化する。

1：内容

- * 得意先ポートフォリオを作成するための基準項目を作成し、卸・小売業の今後の成長性を見る。
- * 既存得意先を分類基準にもとづいて企業名をマトリックス上にプロットする。
- * 既存得意先における当社の営業力を“営業力基準”として作成し分析する。

[基準項目の例]

①卸……機能：営業拠点数・セールスパーソン数・情報処理能力・品揃力（扱い商品カテゴリー数・海外調達網・など）
帳合数（得意先数）・RSS（リテール・サポート・システム）力・売上高規模と伸び率・経常利益規模と伸び率・翌日単品出荷できる物流力・単品出荷できる物流力・ケース出荷できる物流力 etc

商流：データ分析に基づいた提案ができる企画力・メーカー代行ができる営業力・メーカーの企画をフォローできる体制が有る etc
* 業種別に区分

②小売…機能：年商高と伸び率・経常利益高と伸び率・エリア内店舗数／売場面積・当該カテゴリー比率 etc

商流：POSデータが貰える・MD政策を開示する・販売促進政策を開示する・商談来社して貰える etc
* 業態／企業別に区分

③自社営業力…既存得意先における当社の営業力を確認する。
売上高・利益・経費・扱い店舗数・扱いSKU数・フェース数・チラシ掲載頻度数 etc

2：必要データと使用フォーマット

- ①卸……選定基準フォーム／分析マトリックス図
- ②小売…選定基準フォーム／分析マトリックス図
- ③自社営業力…既存得意先別営業力分析マトリックス

[マトリックス事例…卸・小売]

物 流	卸		小 売	
	Ⅱ ゾーン	Ⅰ ゾーン	Ⅱ ゾーン	Ⅰ ゾーン
	Ⅲ ゾーン	Ⅱ ゾーン	Ⅲ ゾーン	Ⅱ ゾーン
商		流	地域内店舗数	

[マトリックス事例…自社営業力]

利 益	卸		小 売	
	B ゾーン	A ゾーン	B ゾーン	A ゾーン
	C ゾーン	B ゾーン	C ゾーン	B ゾーン
売		上	売 上	

3回に渡り「ランチェスターの法則」と重要数値について解説します。

A：ランチェスターの法則

第一法則：一騎打ちの法則

公式………戦闘力（販売力）＝武器効率 × 兵力数
武器効率：営業支援システムが有る
マーケティング力が有る
商品開発力が有る
：
etc

兵力数 ：営業パーソン数

競争状況…企業間競争では、特定二者間の一対一のライバル競争

勝つ方法…①競争相手よりも兵力数を多くする

② // 武器効率を上げる

射程距離…個々の顧客・得意先内でのライバルとの競合や、特定の二者間の一騎打ち型の競争の場合は、戦力が3対1以上の差になると競争にならない

第二法則：集中効果の法則

公式………戦闘力（販売力）＝武器効率 × 兵力数²
競争状況…集団対集団の競争（競争企業全社を相手にして総合力で競争をする状況）
勝つ方法…①競争相手よりも兵力数の差を二乗比にする
② // 武器効率を上げる

射程距離…複数企業が市場・商圈・テリトリーなど広域的な市場で、また総合力で競争をする場合は、√3対1以上の差になると競争にならない

ユーザー様専用サービスへのアクセス方法

弊社サイト内「ユーザー様専用ページ」へアクセスするには、IDとパスワードが必要です。