



顧客満足向上・現場力強化のための
VMD力強化プロジェクト

お問い合わせ先

株式会社パートナーズコンサルティング

担当: 中山 (携帯までお電話ください ! 電話: 090-4728-9272)

〒133-0073 東京都江戸川区鹿骨1-18-4 電話: 03-3676-2269 FAX: 03-3676-2269

【目的】

VMDの概念や基礎理論について学習し、お客さまの目を楽しませ、魅力的な売場づくりの方法を習得する。

【ポイント】

- 1) ディスプレイの基本テクニックを学ぶための研修会を開催します。
- 2) 参加対象店舗については、研修実施前の事前準備として、店舗のファサードやレイアウト、商品陳列などを撮影します(2枚/1店舗)。研修の中で効果的な売場演出事例としてご紹介し、商品を効果的に演出する方法について理解を促進します。

| | カリキュラム | 内容 |
|-----|--|--|
| 90分 | <p>1. VMDの重要性と効果</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 視覚情報の効果 2) 自店の確認 3) 自店の特徴 <p>2. 売場づくりの基本</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) 売場づくりの基本 ・VMDとは・入りやすい売場づくり 2) 演出の手法 <ul style="list-style-type: none"> ・テーマ設定 ・色の使い方…店頭での応用 ・陳列の技法…基本構成 ・カラーディネイト 3) 商品の陳列とディスプレイ <ul style="list-style-type: none"> ・見やすい陳列 ・カラーコーディネート <p>3. ケーススタディ ～店舗写真の評価～</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ディスプレイの目的と効果について、理解を深める。ディスプレイの基本(VP・PP・IP)と関連付け、体系的に理解をする。 ・人間の心理や目の動き等基本を基に買いやすい、選びやすい商品陳列、商品分類法について学ぶ。 ・売りたい商品を設定し、VPのテーマ設定の考え方から、商品構成、演出方法を学ぶ。 ・カラーコーディネートや商品の組み合わせ、バランスなど、上手な演出テクニックを学ぶ。 ・事前に撮影いただいた店舗について、写真を基に良い点、改善点などをアドバイスする。 |

VMDコンテスト

審査と現場でのアドバイスで、1店舗につき約10分、1日25店舗程度で実施します。

- ①衣料品②雑貨と
- ③サービス・飲食

と2つにわけ、それぞれで実施します。

1. 各店には、予め審査の方法と審査基準を明示した企画書を配布し、実施要領と実施基準の理解徹底を図ります

2. 各店から事前に「参加計画書」を提出してもらいそれにしたがって審査します

3. 各店舗に出向き審査しますが、同時にアドバイスもします

4. 審査には各店長にも参加してもらい、店長店を加算します

VMDコンテスト表彰

①と②ごとに優秀、準優秀などの表彰状などを贈呈し店舗に掲示する。

またテナント総会などで表彰しモラルアップさせる

■VMD研修+診断

【目的】

VMDの概念や基礎理論について学習し、お客さまの目を楽しませ、魅力的な売場づくりの方法を習得する。

【ポイント】

- 1)ディスプレイの基本テクニックを学ぶための研修会を開催します。
- 2)参加対象店舗については、研修実施前の事前準備として、店舗のファサードやレイアウト、商品陳列などを撮影します(2枚/1店舗)。研修の中で効果的な売場演出事例としてご紹介し、商品を効果的に演出する方法について理解を促進します。

| | カリキュラム | 内容 |
|-----|--|--|
| 90分 | <p>1. VMDの重要性と効果</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 視覚情報の効果 2) 自店の確認 3) 自店の特徴 <p>2. 売場づくりの基本</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 売場づくりの基本・VMDとは・入りやすい売場づくり 2) 演出の手法 <ul style="list-style-type: none"> ・テーマ設定 ・色の使い方…店頭での応用 ・陳列の技法…基本構成 ・カラーコーディネート 3) 商品の陳列とディスプレイ <ul style="list-style-type: none"> ・見やすい陳列 ・カラーコーディネート <p>3. ケーススタディ ～店舗写真の評価～</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ディスプレイの目的と効果について、理解を深める。ディスプレイの基本(VP・PP・IP)と関連付け、体系的に理解をする。 ・人間の心理や目の動き等基本を基に買いやすい、選びやすい商品陳列、商品分類法について学ぶ。 ・売りたい商品を設定し、VPのテーマ設定の考え方から、商品構成、演出方法を学ぶ。 ・カラーコーディネートや商品の組み合わせ、バランスなど、上手な演出テクニックを学ぶ。 ・事前に撮影いただいた店舗について、写真を基に良い点、改善点などをアドバイスする。 |

VMD診断

目的.

- 1.各テナントの現状を多角的に調査分析することにより課題を発見し改善の方向性を提示する

- 2.テナントの販売力をアップさせると同時に、SCに対するロイヤリティの向上に役立てる

■調査項目

- 1.店舗面 内外装・クレンリス・什器構成
- 2.売り場作り面 ゾーニングレイアウトディスプレイなど
- 3.MD面 商品コンセプト。品質、時代性など

■調査方法

- 臨店調査(1店舗あたり30分)
クリニックシートによる記載
店長へのインタビュー

■フロー

- 1日10店舗
レポート作成まで2週間

VMD診断報告

- 1.クリニックシートへのコメント記載

- 2.写真による指摘

- 3.各店舗ごとのコメント及び全体総括報告

- 4.別途報告会の実施