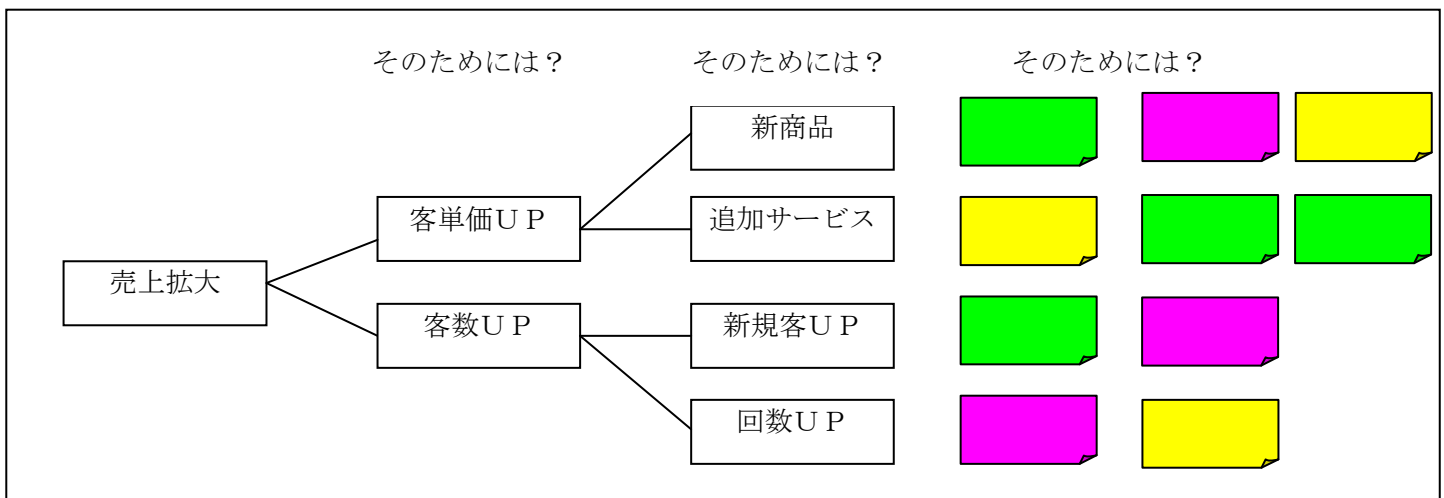


## 《経営の知識》すぐできる！収益UPのロジックツリー

### はじめに

「うちの会社の売上を上げるには、客単価を上げればいいのだけどね・・・」そんな、漠然としたお悩みをお持ちではないでしょうか？方向性の段階で止まってしまう改善案の枠を広げるには、ロジックツリーが有効です。

### 【ロジックツリー作成イメージ図(売上編)】



### STEP1: 収益構造を分解していく

今回は、わかりやすいように、売上拡大について、考えてみましょう。

売上UPを考えると、客単価UPと客数UPに分かれます。客単価UPは、一例として、新商品や追加サービス等によって上げることができる、というように、値上げを考えるときの方向性を整理します。

客数に関しても同様に、新規客を増加させるのか、既存客の来店回数や使用頻度を増加させるためには、という方向性を定めます。この方向性は、事業内容によって若干異なりますが、ここまではカンタンに整理がつくかと思えます。

### STEP2: アイデアを出す

方向性が定まったら、次はアイデア出しです。これは、一人でもできますが、行き詰っている場合は、複数人で実施するのが望ましいでしょう。たとえば、3分間で、「既存客の来店回数を増加させるには？」等、テーマと時間は絞りながらも、アイデアに関しては、「これはムリだ」というようなことは言わずに、制限なく、思いついたらどんどん出していきます。

### STEP3: アイデアを捨てる・まとめる

出されたアイデアは、全て実行できるわけではありません。良いアイデアだけでも実現できない、おもしろいけど効果が期待できない、等様々です。2012年6月21日号でご紹介している、「戦略整理のマトリクス図」等を参考に用いて、実際に実行することを選択していきましょう。

### STEP4(おわりに): 忘れない、アクションプラン！

アイデアを出して、終わりではありません。だれが、いつまでにどうやってやるのか、必ず決めましょう。これが決まらないと、アイデアが出ただけで、何も成果は生まれません。

思いつきではなく、たくさんのアイデアから、効果の高いものを絞り込むことによって、成果の生まれやすいアクションプランが作れることでしょう。

(担当:横瀬)