

部門中期計画表

第2営業部

(単位:千円)

年度		平成19年1月期	平成20年1月期	平成21年1月期
I.部門方針		部門メンバーが中期経営計画を理解し、常に経営理念やビジョンに立ち返る習慣をつける。	部門内外のコミュニケーションを充実させ、風通しの良い風土に変える。	顧客に対する提供価値を、貴金属というモノから、「ハレ」のシーンにシフトし、貴金属の周辺サービスを強化する
II.部門目標	売上高	180,000	275,000	300,000
	限界利益	63,000	96,250	105,000
	営業利益	18,000	27,500	30,000
III.部門環境		①新商品開発 ②新規店舗展開 ③店舗ディスプレイの充実 ④販売員の教育	①新商品販売効果の実現 ②自社ディスプレイ手法の確立 ③販売員の外部研修参加	①新店舗での販売力アップ ②店舗ディスプレイの設計 ③販売・接客マニュアルの制定
IV.強化すべき機能		①マーケティング機能 ②組織能力開発機能 ③生産力・仕入機能	①マーケティング機能 ②組織能力開発機能 ③生産力・仕入機能	①マーケティング機能 ②組織能力開発機能 ③生産力・仕入機能
V.重点活動計画	テーマ1	新商品の開発		
	行動計画	①春の展示会の実施 ②展示会開催の効果測定 ③取引先訪問による反応確認	①展示会の実施効果の確認 ②取引先訪問による反応確認 ③年2回新作発表の実施検討	春・秋の展示会の実施の定着化
	テーマ2	新規店舗展開		
	行動計画	①既存店舗入店のホテル・専門店等のテナント照会 ②進出地域の決定 ③新カテゴリーへの入店情報の入手	①既存店舗開店計画の策定と実施 ②商品品揃えパターン決定 ③成功例の発表	①新店舗開店計画の実施 ②不採算店舗閉鎖の検討 ③店舗別販売構成・商品別店舗売上等のデータ分析
	テーマ3	販売員の教育		
	行動計画	①販売員の実績調査 ②人権派遣会社との販売力アップ ③外部セミナーの受講促進	①倍部セミナーの受講 ②セミナー受講者の社内講習会の実践 ③自社の商品コンセプトの周知徹底	①外部研修の受講 ②資格取得の励行(インセンティブ精度) ③自社販売・接客マニュアルの制定