

売上予測活用例

売上予測を利用した具体的な活用事例を3つ紹介します。

- ① 既存商品を差し替えることによる売上変化を予測
- ② 新規商品を陳列することによる売上変化を予測
- ③ 陳列済商品のフェイス数を増やすことによる売上変化を予測

① 既存商品を差し替えることによる売上変化を予測

棚割モデルに未陳列の既存商品を新たに陳列した際の売上予測を行います。

1. 商品配置-[削除]もしくは[移動]にて、陳列済みの商品を棚から外します。
2. 商品配置-[商品挿入]より商品を挿入します。
3. 予測結果を確認します。



定番商品で話題になった商品などは売上に影響を与える「アイテム指数」の値が他商品よりも増加していることが考えられます。その場合は「アイテム指数」の値を調整し、売上の変化を確認しましょう。詳しい設定方法は「アイテム指数」3Pを参照してください。

② 新規商品を陳列することによる売上変化を予測

新規商品を陳列した際の売上予測を行います。

1. 商品配置-[挿入]などから新規商品を陳列します。
2. 「新規陳列商品」をクリックし、予測値を入力します。
3. 予測結果を確認します



売上実績が存在しない新規商品を陳列する場合、仮の予測値(もしくは想定実績)を設定する必要があります。詳しい設定方法は「新規陳列商品の予測値を設定する」7Pを参照してください。

③ 陳列済商品のフェイス数を増やすことによる売上変化を予測

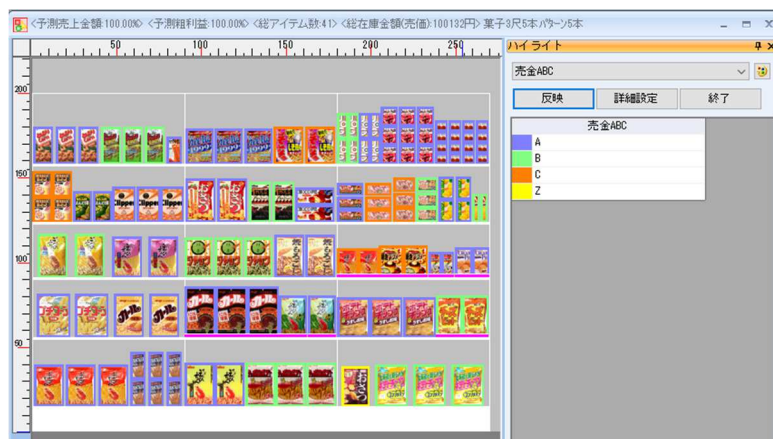
既に陳列されている、売上が良い商品のフェイス数を増やした場合の売上予測を行います。

また、事前にハイライト分析「ABC分析」を反映した状態で商品移動を行うことで売上が良い商品の判別がより分かりやすくなります。

1. 棚割操作-[ハイライト]ボタンをクリックします。



2. 「売金 ABC」項目を選択し「開始」をクリックします。



■ハイライト分析

今回は商品を売上金額の高い順にABCのランク分けを行う「売金ABC」にて分析を行いました。その他のハイライト分析項目については操作テキスト『棚割分析編』をご確認ください。

3. 色分けが反映されたことを確認し棚割操作-[売上予測]ボタンをクリックします。
4. 「予測基準」より「現状棚割モデルから予測」を選択します。
5. Aランクの商品をゴールデンゾーンに移動させる、Cランクの商品を他商品に差し替えるなどの編集を行うことで売上予測結果の変化を利益向上を確認できます。

