

アパレル企画～マーチャндаイジング：

販売・プロモーション方針の策定と推進

職務遂行のための基準

(販売方法の設定)

- ブランドの企画・販売の担当者として、担当ブランドの店舗について、ブランド戦略を実現しつつ販売効率を高める基本的な店頭展開方針を設定し、販売戦術を立案している。
- 店頭販売時期のガイドラインを作成し、マーチャндаイジング計画を店頭で確実に伝達している。

(販売基本計画の策定と推進)

- あるべき店頭ニーズの仮説をもち、それに基づくシーズン商品構成の大枠（アイテム、型数、アイテム別プライスゾーン）の設定を行っている。
- ブランドの企画・販売の担当者として、マーチャндаイジング・販売（営業）部門と連携しながら、前年同シーズンの販売実績などのデータを分析・理解し、マーケット規模の拡大・縮小も勘案したシーズン別・月別・店舗別販売基本計画の作成を行っている。
- 販売基本計画の達成状況に関して、販売実績、在庫水準過大や利益未達など問題がないか確認している。
- 計画と達成状況に乖離が生じた場合は、その原因を明らかにして必要な対応を行っている。

プロモーション計画の立案

- ブランドの企画・販売の担当者として、マーチャндаイジング・販売（営業）部門と連携しながら、得意先別・店舗別販売計画に基づく店頭展開計画を月別・店舗別に作成している。
- 商品特性に応じた各月の店舗別プロモーションプランを立案している。
- 広報（プレス）と連携しながら、商品特性に合わせた広告マス媒体を選定し、適切な時期に効果的に宣伝できるよう媒体関係者との関係を形成している。

(必要な知識)

1. マーケティング・ビジネスに関する知識 ・ ブランドポジショニングマップ作成方法 ・ 各種マップ作成方法 ・ アイテム企画マップ、テキストスタイルマップ作成方法 ・ マーケティング戦略理論 ・ アパレル産業 ・ 服飾雑貨産業 ・ 小売業の構造 ・ プロモーション関連知識 ・ 商品価格設定方法 ・ ブランド予算計画立案方法
2. 販売にかかわる計数知識 ・ 掛け率、マージン率、利益 ・ 納品率、在庫回転率等 ・ 店舗別利益率、店舗人件費
3. 世の中の変化に関する知識 ・ 生活者意識、ライフスタイル
4. I T 関連の知識 ・ P O S システム関連知識