

2020年 52週MD

with コロナ!

12月編



★自店の販促計画と照らし合わせ
ヒントがあれば参考にしてください!

年末年始の過ごし方が大きく変化することが予測されます。今年ならではの新語「うち時間」「オンライン○○」などを上手く活かし、ニューノーマルな過ごし方、ギフト提案でお客様の買いたい気分を刺激してください。ボーナス需要、クリスマス、忘年会や帰省など、人が集まるイベントの変化にも注目です。敏感に対応しましょう。

週	第40週 11月30日～12月6日	第41週 12月7日～13日	★ 第42週 12月14日～20日	★ 第43週 12月21日～27日	★ 第44週 12月28日～1月3日
毎日記念日 (三三三) 三三三 接客トークに活用)	11/30 本みりんの日、社会鍋の日、絵本の日 12/1 世界エイズデー、冬の省エネ総点検の日、映画の日、手帳の日 12/2 日本人宇宙飛行記念日、ピザの日の日 12/3 国際障害者デー、カレンダーの日、奇術の日、妻の日、フレママの日 12/4 血清療法の日、人権週間(～12/10) 12/5 納めの水天宮、国際ボランティアデー、アルバムの日 12/6 音の日、姉の日 歳末たすけあい運動(12/1～12/31)、海外たすけあい運動(12/1～12/25)	12/7 国際民間航空デー、京都千本釈迦堂大根焚き(～8日) 12/8 事納め、針灸養、有機農業の日、ジュニアシブの日、太平洋戦争開戦記念日 12/9 障害者の日、国際腐敗防止デー、京都了徳寺大根焚き(～10日) 12/10 世界人権デー、ノーベル賞授賞式、アロエヨーグルトの日 12/11 国際山岳デー、胃腸の日 12/12 バッテリーの日、明太子の日、漢字の日、育児の日 12/13 正月事始め、ビタミンの日、双子の日	12/14 四十七士討ち入りの日、南極の日 12/15 年賀はがき特別扱い開始日 12/16 念仏の口止め、紙の記念日 12/17 飛行機の日、東京浅草羽子板市(～19日) 12/18 納めの観音、国際移民デー、国連加盟記念日、東京駅完成記念日 12/19 国際南南協カデー、まつ育の日、大洗濯の日 12/20 人間の連帯国際デー、シーラカンスの日、プリの日	12/21 納めの大師、バスケットボールの日、回文の日、はんぺんの日 12/22 労働組合法制定記念日 12/23 東京タワー完成の日 12/24 納めの地蔵、クリスマス 12/25 納めの天神、クリスマス 12/26 プロ野球誕生の日 12/27 浅草町見世記念日、ピーターパンの日	12/28 納めの不動、官庁御用納め 12/29 シャンソンの日、清水トンネル貫通記念日 12/30 地下鉄開業記念日、取引所大納会 12/31 大晦日、除夜、大はらい、男鹿なまはげ 1/1 元日、初詣、初見見、少年法施工の日 1/2 初荷、初夢、書き初め、箱根駅伝(～1/3) 1/3 ひとみの日、戊辰戦争開戦の日

ライフスタイルの変化①
“自分へのご褒美”

12月になると毎年必ず需要のある「自分へのご褒美!」。お出かけを控える方も多いため高単価商品が売れるチャンス!

ライフスタイルの変化②
“クリスマスの過ごし方”

今年は大切な人と、家族など、親密な間柄における方と過ごすクリスマスになる予感! プチ贅沢なホームパーティーやギフトで日頃の感謝の気持ちを伝える方も…。

ライフスタイルの変化③
“年末年始の過ごし方”

お盆時期に多かった「リモート帰省」が年末年始の当たり前の過ごし方に…。おせち料理にお金をかける方や、お年賀ギフトの郵送も流行りそう!

自分へのご褒美(高単価商品)やギフト提案で売上の山に備える ← “売上の山”① → “売上の山”② →

“売上の山”が42週から44週と3週に続く12月は、**売上の山に向けた種まきが大変重要**になります。また、**12月25日までと、12月25日以降の店頭演出と接客トークの切り替えは誰が見ても分かりやすい工夫**をしていきましょう!

★お客様のライフスタイルを考えた今年の年末ならではのキーワードを活用する!

～今年の年末ならではのキーワードとは～

自粛生活を頑張った自分へのご褒美!

プチ贅沢でおうちクリスマス!

会えない大切な方へギフトを送ろう!

①POPの内容に今年ならではのキーワードをプラスして商品アピール。
②高単価商品(メニュー)をあえて前面で展開する。またはご褒美シリーズ(メニュー)として集約してアピールする。
③ギフト提案は予算別や贈る相手別(同僚、ママ友、家族、親友、恋人など)でアピールする。

★40週、41週の12月前半は下見のお客さまが増えることが予測されます。購入に至らなかったことで落ち込むのではなく、中旬以降の売上に繋がるよう印象に残る種まき**を積極的にしていきましょう。飲食店は、クリスマスや年末の**再来店に繋がるよう、新メニューや限定商品のアピールをお会計時に伝えるなどの工夫**をしましょう。**

ショップカードや商品カタログを「あとで、ゆくりご覧くださいませ!」一言添えてお渡しする。

期間限定の…新メニューや期間限定メニュー、イベント情報を伝える。またはチラシなど、「持ち帰りツール」は必ずお渡しする。

SNSを活用している店舗はギフト提案や限定商品のアピールでリアル店舗へのご来店につなげましょう。

先月に引き続き「客単価UP!」につながる行動は忘れず!

手袋とマフラー

バックと美容液

プラスしたい“プチ贅沢”や“ご褒美感”をもたらし**組み合わせ**を演出する。また接客でひと言添えられるように、セット提案の共有を全スタッフで準備しておきましょう。

※レジ待ちのお客さまの視線の先に注目!そこは**“チャンス場所”**です。“ついでに買いたい”していただけよう、**陳列商品の見直し**をしましょう。

他店の好事例

ライフシーンの想像が湧き上がる店舗演出を発売!
好事例をご紹介します!

ある生活雑貨屋さんにて…
ハンドクリームやボディークリーム、エッセンシャルオイルや紅茶など沢山の商品を取り扱っている店舗。棚ごと乾燥が気になる時期に使って欲しい○○!「眠れない夜に睡眠をサポートする香り○○!」「パソコンやスマホの目の疲れに効く○○!」のように、**お客さまのニーズごとに表現した店頭演出**は大変分かりやすく選びやすかったです!

あるアパレル店舗にて…
お家時間が増えていることから、洋服の他に雑貨類(写真立て、アクセサリーケース、マグカップ、フラーベースなど)の新しいアイテムが増えた店舗。テーブルプレゼンテーションに**一人の女性のお部屋をイメージして作っていたPPはアイキャッチに!セットで購入しなくなる店頭演出**でした!