

52週MD with コロナ!



編



8月は夏休みやお盆で集客や売上が見込める時期。夏休みの期間は地方自治体や学校によって異なるので確認が必要です。お盆休みでは帰省や墓参り、旅行が定番ですが、冷房の効いた快適な環境で巣ごもりというケースも。家飲みによるアルコール飲料の販売増、テイクアウトの利用増にも期待ができます。

週	第22週 7月27日～8月2日	第23週 8月3日～9日	第24週 8月10日～16日	第25週 8月17日～23日	第26週 8月24日～8月30日
行事	7/27 政治を考える日、 スイカの日、ニキビケアの日 7/28 世界肝炎デー、葉っぱの日、 なにわの日 7/29 アマチュア無線の日、 白だしの日、福神酒けの日 7/30 梅干の日、プロレス記念日 7/31 番音機の日、ピーチの日、 パラグライダー記念日 8/1 夏の省エネ総点検の日、 水の日、ハイソの日 8/2 おやつの日、ハーブの日、 カレーうどんの日	8/3 はもの日、はちみつの日、 はさみの日、秋田竿燈(～8/6) 8/4 栄養の日、橋の日、箸の日 8/5 発酵の日、山形花笠まつり (～8/7) 8/6 平和記念日(広島市)、 ハムの日 8/7 世界ビールデー、バナナの日、 オクラの日、鼻の日、花やしきの日 8/8 チャーハンの日、発酵食品の日、 ごうじの日、白玉の日 8/9 ながさき平和の日、 ハンバーガーの日、かばんの日、 薬膳の日	8/10 山の日 、道の日、健康ハートの日、 焼き鳥の日、はとむぎの日、 帽子の日 8/11 マッシュルームの日 8/12 国際少年デー、 徳島阿波おどり(～15日) 8/13 月遅れ盆迎え火、函館夜景の日、 郡上おどり・徹夜おどり(～16日) 8/14 専売特許の日、裸足の記念日 8/15 終戦の日、月遅れ盆、 刺身の日 8/16 月遅れ盆送り火、 京都五山送り火	8/17 バイナップルの日、プロ野球 ナイター記念日 8/18 ピーソンの日、米の日、 糸ようじの日、太閤忌 8/19 俳句記念日、バイクの日 8/20 交通信号設置記念日、 蚊の日 8/21 献血記念日、イージーパンツの日、 ホワイトティースデー 8/22 ちんちん電車の日、 パニコーニの日 8/23 白虎隊自刃の日、 奴隷貿易とその廃止を記念する 国際デー、油の日	8/24 月遅れ地蔵盆、愛酒の日、 ドレッシングの日 8/25 川柳発祥の日、即席ラーメン 記念日、パラスポーツの日 8/26 人権宣言記念日、 パパフロの日 8/27 ジェラートの日、 男はつらいよの日 8/28 民族芸能フェスタの日、 キャラディネットの日 8/29 文化財保護法施行記念日、 焼肉の日 8/30 富士山測候所記念日、 ハッピーサンシャインデー

現状を受けて お客さまの変化予測

①「Go to キャンペーン」スタート →国内旅行、近場での外食、お買物需要が高まる

②夏休み期間短縮傾向(8月スタートで平均16日間)

③お盆休み(13日～16日)

④中旬以降秋物VMDへ →イベント中止で外出を控えている方も多いため新しいアイテムへの興味はいつもより早い傾向

⑤カビ・ウイルスなどによる食中毒の対策 →例年以上に手洗い・加熱の徹底が叫ばれる。消毒関連の需要増

※7/15時点 国土交通省観光庁7月22日から旅行代金の割引を先行して開始する発表があり「東京対策外」

3Dポイント予測

今年の8月は、コロナの影響による夏休み期間の短縮からいつもの8月よりも「**売上の山**」が予測しやすいです。夏休みとお盆休みが重なる**24週・25週に注目**しましょう。またお盆後には、**夏から秋への変化をお客さまに感じていただけるよう売場に変化を**だしましょう。

「**売上の山**」に向けての準備期間

※「売上の山」に向けて何で売上が構築していくのか、在庫確保、顧客さまへの告知、POP作成と準備を！売り逃しが無いようシフトの調整も！

集客が見込めるので「**売上の山**」となる

8月前半と売場に変化をつけるタイミング

売場作りの仕掛け

★商品ボリューム・陳列方法・見せるカラーで売場に変化を！

8月はセール商品・プロパー商品・新作商品と切り口の異なる商品が売場に溢れる時期でもあります。アピールしたい商品を明確にするポイントは、①商品分類をして陳列する(セール商品とプロパー商品は混ぜない)②陳列する際は商品ボリュームに気を付ける(プロパー商品、新作商品はボリュームは押さえてきれいに陳列する)③打ち出すカラーに変化をつける(新作商品は秋を感じさせるカラーで)何をVPに持つてくるかは状況にもよりますが、お盆後、秋物新作商品のアピールをお客さまに鮮度をもちましょう。

※メビレーションではVMDのスキルアップ・キャリアアップをサポート。VMDインストラクター協会お墨付きの資格、「VMDコーディネーター」を育てています。

接客の工夫

★先の情報・他店情報・お客さま情報を一言添えて「だったら買ってみようかな!」「それなら使えるかも!」の気持ちを高める!

8月は、セール商品については「少し見飽きたな...」や「今夏物を買っても...」、プロパー商品や新作については「今買わなくてもいいかな...」「今秋物を買っても...」と購入に迷う方が増える時期でもあります。だからこそ、お客さまの背中を押す一言を添えて差し上げることがポイントです。その為に①自店の新作情報(販促情報)②他店の新作情報や売れ筋情報③接客の中でお客さまから得た情報は店舗全体で共有しましょう。①は8月上旬にお買い上げになったお客さまへ最後のレジトークでお伝えすることで下旬のご来店へつなげられます。トレンド情報や②③の情報については、購入後の使い方、活かし方へのイメージを広げるトークとし購入後の後押しにしましょう。

もうひとつの「売上の山」!

★8月10日山の日を「第2の売上の山」にする!

イベントがないのなら、自分達でオリジナルイベントを作り売場づくりや接客に活かしましょう!

方法①「山の日」の「山」に注目!この日についてはディスプレイする際にCVPIに三角構成でいくつかの山を作りお客さまの目を惹く工夫をする。(POPでも「人気商品●●の山!」などでアピールする)

方法②行事に注目!8月10日はその他、「健康ハートの日」「焼き鳥の日」「帽子の日」です。ハート♡のアイテムを集めてVPを作る、「コーデに帽子をプラス!」など帽子に関連したイベントの開催などで、ご来店のきっかけをつくりましょう。

他店の好事例

<A店>
お客さまにとって役立つSNSでの情報発信がありがたかったです。制限のある生活を送るお客さまへのねぎらいの言葉や店舗としての感染症対策、お客さまにご協力いただきたい事項、公式アプリのQRコード、アプリ限定割引クーポンのQRコードなど、お客さまの欲しい情報がすべて詰まっていた、親切な印象を持ちました。自分から情報を取りに行きやすく、店舗にも積極的に行きたいと感じました。

<B店>
お店の入口の黒板POPに、スマートフォンでQRコードを読み取ると入店せずともメニューを見られる(レジで迷わない、並ばない、三密回避)工夫がありました。安心感をもたらす取り組みだと感じました。

<C店>
レジカウンターで注文すると、「マスクケースはご入用ですか?」とスタッフさんからお声掛けがありました。受け取ったのはOPP袋。マスクを外して飲食することを前提としたちょっとした気遣いが嬉しかったです。

<接客: 特別事例>
マスクでおもてなしコンテストを社内で開催しています。マスクをしながら「いらっしゃいませ!」ありがとうございます!といった接客フレーズを動画で撮影・投稿し、社内で審査。目や眉毛の動きが声のトーンでお客さまに気持ちをしっかりと届けることができているか確認。マスク着用時でもお客さまに好印象をもたらす本部とお店の協力取り組みが素晴らしいです!
出典: Cipline