

2021年 52週MD

with コロナ!

1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!

ニューノーマル時代初の冬休み、自粛生活が充実する新しい提案を! 年末年始の過ごし方のキーワードは「自宅でゆっくり過ごす」「日帰りや1泊旅行を楽しむ」「ソロ・プチ贅沢をして過ごす」などです。キーワードから派生するニュースタイルの過ごし方をきっかけに、新しい気づきをお客さまに提案をしていきましょう!

週	第44週 12月28日~1月3日	第45週 1月4日~10日	第46週 1月11日~17日	第47週 1月18日~24日	第48週 1月25日~1月31日
毎日が記念日 (ミニイベント・接客アークに活用)	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、初妙見、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	1/4 石の日、官庁御用始め、取引所大発会、 1/5 つむぎの日、囲碁の日、遺言の日 1/6 ケーキの日、まぐらの日、カラの日 1/7 人日、七草、つめ切りの日 1/8 初葉師、イヤホンの日 1/9 とんちの日、風邪の日 1/10 十日えびす、110番の日、明太子の日、ひもの日、糸引き納豆の日	1/11 成人の日、鏡開き、蔵開き、樽酒の日、マカロニサラダの日 1/12 スキー記念日、いいにんじんの日 1/13 初虚空蔵(はつこくぞう)、たばこの日、威臨丸出航記念日 1/14 左義長、褒め言葉カードの日、タロとジロの日 1/15 小正月、フードライブの日、半襟の日、いちごの日 1/16 やぶ入り、えんま参り、囲炉裏の日、禁酒の日 1/17 おむすびの日、防災とボランティアの日	1/18 初観音、いい鼻の日 1/19 のど自慢の日、いいちこの日、家庭用消火器点検の日 1/20 二十日正月、ぬか床の日、血栓予防の日、甘酒の日 1/21 初大師、スイートピーの日、料理番組の日 1/22 カレーの日、飛行船の日、ジャズの日 1/23 アーモンドの日、一無二少三多(いちむにしょうさんた)の日、花粉症対策の日 1/24 初地蔵、法律扶助の日	1/25 初天神、中華まんの日、ホットケーキの日、美容記念日、主婦休みの日 1/26 文化財防火デー、コラーゲンの日、携帯アプリの日 1/27 国旗制定記念日、求婚の日 1/28 初不動、衣類乾燥機の日 1/29 南極「昭和墓地」設営記念日、タウン情報誌の日 1/30 3分間電話の日 1/31 みそか正月、愛妻感謝の日

ニューノーマル時代初の冬休みは、分散休暇、延長休暇が想定される! 例年とは異なる活動変化が起きる可能性大!

冬休み(12月16日~1月11日)

2021年度は…

※忘年会、新年会は「行かない」、帰省については「帰らない」、イベント自体も開催スタイルが変化するなど、年末年始は「自宅で過ごす」「近場にドライブ」「オンラインで○○」などソロ需要が増える予感。福袋も予約制・ECなど提供変化が...

“巣ごもり・ソロ”“近場で楽しむ”
“小旅行”などがキーワードに!

現状を受けて
お客さまの
気持ち変化予測

今までの年末年始といえば…
忘年会、帰省、カウントダウン、初詣、福袋

キーワードからお客さまのライフシーンを想像、新たな切り口で商品(メニュー)をお客さまに提案しましょう!

- 巣ごもり → 大掃除 → 掃除グッズが売れる → 部屋のインテリアに凝りたくなる(模様替えをしたくなる) → 雑貨類にも凝りたくなる!
- 巣ごもり → おせち料理にチャレンジしよう → 高単価な食材などが売れる → お皿にも凝りたくなる → 料理が楽しくなり他の料理にもチャレンジしたい!
- 巣ごもり → 1年頑張った自分のケアをしよう → お風呂に時間をかけよう → 入浴剤やクリームなどにお金をかけようかな → マッサージに行ってみようかな!
- 近場に小旅行 → アウトドア(グランピング・ソロキャンプ)にチャレンジ... → アウトドアツールを準備したい、手に入れたい → カジュアルな服や雑貨が欲しい!
- 近場にお出かけ → 新年に向けて新しい○○が欲しい(新しい趣味を見つけよう) → せつかくの商業施設、ソロ・プチ贅沢を感じるお食事をしようかな!

MDポイント予測

初売り商戦は、お客さまの購買意欲のかき立てと機会ロスの低減がポイント!

★明確な商品展開で、的確なニーズの囲い込みを

★アイキャッチ・イヤークヤッチで集客を図る

必要在庫の確保
繁忙期に備えて、機会ロスを減らす。(欠品・色・サイズなど)

セール商品と新作商品の明確化
●セール商品(期間限定商品) → おまとめ買い率、購買率UP↑
●新作商品 → 客単価UP↑

●POPを活用し、視覚への訴えかけでお客さまの足をとめる(アイキャッチ)
●目を惹くVMD構成でお客さまの入店を促す(アイキャッチ)
●店頭・店内での声出し(マスク着用で)お客さまの耳に届ける(イヤークヤッチ)

普段より集客が見込めるからこそ、お客さまのための行動を忘れずに!

普段より、一人のお客さまに correspond できる時間が短くなります。だからこそ、お客さまのサインに気付くアプローチや対応を意識しましょう。

★2021年のお正月は、コロナの影響により帰省客が例年より減少することが予測されます。普段からご来店のお客さまにポイントとなるのは、『お客さまに新しい気づきをもたらす対応』です! お客さまが見慣れたお店や商品だからこそ、新しい発見や気づきのある提案で付加価値のある工夫をしましょう。

接客の仕掛け

アパレル・服飾雑貨店舗
●新しい着直し・コーディネート提案
●トレンドの先取りや、着こなしのソリューションを伝える。

飲食・食品物販店舗
●新しいメニューや期間限定商品のオススメ
●“今しが”味わえない、“ここでき”味わえない、を提供。

サービス店舗
●新しいライフスタイルの提案
●お家時間が増えているからこそできること、新しい興味を訴求する。

★1対1対応 → 1対複数対応を意識する
…お客さま1対1で向き合うだけでなく、複数のお客さまにも声をかけられるよう意識しましょう。

★店内全体に目を向ける
…店内全体を動き回りながらお客さまの様子をうかがうことで、様々なお客さまの要望にいち早く気付くことができます。

★ポイントを絞ったお声がけ
…お客さまを観察し、求めていることを端的にお伝えすることで、時短接客につなげます。

他店の好事例

お客さまとスタッフの会話が少ないようになってきたからこそ、何気ない一言が大事! そんな好事例をご紹介します!

ある雑貨店舗にて…
どれもかわいくお洒落で、手に取りたくなるような品揃えが魅力的な雑貨を扱う店舗。家族に渡すプレゼントを買いに行った際、商品を決めてレジへ向かうと、スタッフが「贈り物ですか?」と聞いてくれました。「はい、そうです。」「お答えて、「開けたときに喜びが広がるようなお包みにいたしますね」とラッピングをしてくれました。特別な言葉をかけてくれたおかげで、こちらも渡す喜びがさらに増えました!

ある飲食店にて…
見た目も味も美味しいデザートを扱う店舗。買い物で歩き疲れたので立ち寄って注文すると、こちらの買い物袋に気付いて「たくさんのお買い物ですね」と声をかけてくれました。商品を提供する際には「お買い物の疲れを当店で癒してくださいね」と言ってくれ、お買い物の満足感がさらに膨らみました。