

2021年 52週MD

★自店の販促計画と照らし合わせ
ヒントがあればご参考してください！

ニューススタイル！

12月

編



2021年度の流行語大賞にノミネートされた「ととのう」に注目した“リベンジ消費提案”を！

2021年も最後の月となりました。“自粛”で我慢の1年だった方も多いのではないのでしょうか…。お出かけ機会が増すにつれ、購買意欲が高まる12月、**気分がリセット“ととのう”**を切り口に、自店舗が楽しい空間、新しい自分に生まれ変わる場、癒しの空間となるような売場作り、提案をし、新しい年に**「ととのえて！」**いただきましょう！

週	第40週 11月29日～12月5日	第41週 12月6日～12日	第42週 12月13日～19日	第43週 12月20日～26日	第44週 12月27日～1月2日
(ミニイベント・接客トークに活用) 毎日が記念日	11/29 講会開設記念日、 いい肉の日 、 いい服の日 、いいワグの日、イーブックの日 11/30 本みりんの日、オートフォーカスカメラの日、社会鍋の日、絵本の日 12/1 世界エイズデー、デジタル放送の日、映画の日、 手帳の日 、ワッフルの日 12/2 日本人宇宙飛行記念日、ピフイス菌の日 12/3 国際障害者デー、 カレンダーの日 、奇術の日、 妻の日 、プレママの日、プレイステーションの日 12/4 血清療法の日、人権週間(～12/10) 12/5 国際ボランティアデー、 アルバムの日 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)	12/6 音の日 、姉の日 12/7 国際民間航空デー、 クリスマスツリーの日 12/8 事納め、針供養、 有機農業の日 、ジュニアシェフの日、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 地球感謝の日 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、ユニセフ創立記念日 12/12 バッテリーの日、明太子の日、漢字の日、5本指ソックスの日	12/13 正月事始め 、ビタミンの日、双子の日、 大掃除の日 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 観光バス記念日 12/16 念仏の口止め 紙の記念日 12/17 飛行機の日 12/18 国際移民デー 国連加盟記念日 東京駅完成記念日 大洗濯の日 12/19 まつ育の日	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 クロスワードの日 12/22 労働組合法制定記念日、ジェネリック医薬品の日 12/23 東京タワー完工の日 12/24 クリスマスイブ 12/25 クリスマス 、スケートの日 12/26 プロ野球誕生の日	12/27 浅草仲見世記念日、ピーターパンの日 12/28 官庁御用納め、 シネマグラフィの日 、身体検査の日 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 1/1 元日 、太陽暦施行の日、少年法施工の日 1/2 初荷、初夢、書き初め、箱根駅伝(～1/3)

モチベーション

お歳暮・クリスマスに向けた準備が本格的に…“リベンジ消費”ねらい

冬のボーナス需要

年始への準備(大掃除・お正月の準備)

冬休みスタート

2021年のクリスマスにおいても、ホームパーティでプチ贅沢、プレゼントにお金をかけるなど、「おうちクリスマス」の需要は続く予感…。クリスマスの準備もクリスマスのお出かけも、「近場で楽しむ心理をくすぐる仕掛け」をしていきましょう！

お客さまの気持ち変化

“リベンジ消費”購買意欲が高まっているお客さまの気持ちを“クリスマスモード”で維持しよう！

クリスマスギフト①～1年頑張った自分へのご褒美ギフト～

■2021年度流行語大賞に挙がっている「ととのう」を活用してみましょう。
資沢感を味わえるモノを身につけて気分をリフレッシュ＝ととのう、身体に良いモノを食べて、サービスを受けてリセット＝ととのうのように、今年の自分へのご褒美は「ととのう」とつながったアイテムに注目してみましょう。

クリスマスギフト②～大切な方への〇〇ギフト～

■ギフト選びは、1か月を通して下見も含めて需要が高くなる月です。
どのような方へのギフトなのか、どのようなベネフィットのあるギフトなのか、お客さまにとって「選びやすさ」「想像しやすさ」を見せる、伝える、飽きさせないことがポイントになります。

売上の山

※ギフト提案は、後半に向けて打ち出し場所を変える、拡大するなど**毎週編集**をしていきましょう。

売上の山①

売上の山②

1か月を通し、売上の山に備えた“種まき”は忘れずに！テーマやターゲットを明確にすると良いでしょう。

売場作りの仕掛け お客さまのモチベーションは月の後半にかけて右肩上がり！ UPI!

- 冬のボーナス**
1年間通しての、自分へのご褒美需要を囲い込みましょう！
→単価の高い商品や、セットで使えるものなど、商品魅力の高いもので訴求しましょう。
- クリスマスギフト**
POPやディスプレイ用の箱などの演出ツールをフル活用して、通路へアピール！
→“お客さまに振り向いていただく”をポイントにしましょう。
- 年始の準備**
クリスマス後はすぐに迎春の準備へ！
→年末年始のセールや初売りなど、お買い得な商品で構成し、POPで価格訴求しましょう。

接客の仕掛け 接客トークの中で、「ととのう」というキーワードをぜひ使ってみましょう！

キーワードは、“ご褒美”→“大切な人との時間”→“お買い得”。訴求の時期によって、お客さまの気持ちも変化します。売上げの山に合わせて、キーワードの使い分けをしましょう

ご褒美 → 『1年間の疲れを癒す』(体の疲れをとる→心もととのう)
大切な人との時間 → 『プレゼントで思いを届け合う』(大切な時を過ごす→心も満たされ、ととのう、美味しい食事でもっと時間→体も心も健康にととのう)
お買い得 → 『お買い物で充実時間』(初めて手にするものによって、過ごし方がととのう)

他店の好事例 (お客さま体験談)

「お客さま気持ちを引き上げ、ととのえる」接客

ある雑貨店に足を運んだ時のこと、棚に並んだ商品を見ていると、「これだけいっぱいあると悩みますよね」とスタッフが笑顔で声掛けてくれました。「どれにしようか悩んでいる」と伝えると、「どのようなものであっても、お客さまがプレゼントしてくれた時を思い出しながら使ってくださるはずです」と、背中をおしてくれました。気持ちが満たされる接客で、充実したお買い物になりました。

全業種で使える“ととのう”