



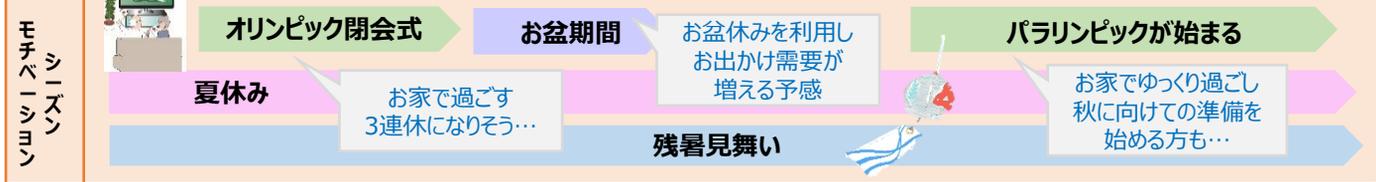
★自店の販促計画と照らし合わせ
ヒントがあればご参考にして下さい!

イベントを活かした分かりやすい提案でお客さまの気持ちを盛り上げよう!

8月上旬はオリンピックムード、中旬はお盆休みと、お客さまの関心事が明確な月です。お客さまに「何を」「どのように」アピールし、購買意欲を高めるか…。お客さまにワクワク感をもたらす売場作りと接客トークで、販売チャンスを掴んでいきましょう!

「GoToトラベル」の実施で、旅行者が増えるはずだった8月。しかし、7月中旬にコロナ感染者が増えたこともあり東京を除いてのスタート。また「地域共通クーポン」まで間に合わず不発に。飲食店の時短営業が要請されテイクアウトを始める店舗も増える。

週	第23週 8月2日～8月8日	第24週 8月9日～15日	第25週 8月16日～22日	第26週 8月23日～29日	第27週 8月30日～9月5日
(ミニイベント・接客トークに活用) 毎日が記念日	8/2 ハーブの日、カレーうどんの日、おやつの日、ペニスターの日、 パンツの日 、ピーズの日、8/3 はもの日、 はちみつの日 、はさみの日、八丁味噌の日、8/4 橋の日、箸の日、 ゆかたの日 、 ビヤホールの日 、8/5 発酵の日、親子丼の日、タクシーの日、パピコの日、8/6 平和記念日(広島市)、ハムの日、バルーンの日、8/7 世界ビール・デー 、バナナの日、オクラの日、鼻の日、 花の日 、東京ばな奈の日、8/8 世界猫の日、チャーハンの日、発酵食品の日、パパイヤの日、 パンアメの日 、 山の日 、 東京オリンピック開会式(予定)	8/9 ながさき平和の日、 ハンバーグの日 、 かぼんの日 、薬膳の日、パクチーの日、8/10 道の日、 ハイボールの日 、 焼き鳥の日 、はとむぎの日、 帽子の日 、 ハーゲンダッツの日 、8/11 マッシュルームの日、きのこの山の日、インスタントコーヒーの日、8/12 国際少年デー、ハイチュウの日、8/13 月遅れ盆迎え火、函館夜景の日、8/14 専売特許の日、裸足の記念日、 水泳の日 、8/15 終戦の日、月遅れ盆、 刺身の日	8/16 月遅れ盆送り火、電子コミックの日、8/17 パイナップルの日 、プロ野球ナイター記念日、8/18 ピーフの日、糸ようじの日、約束の日、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、ホワイトデー、 おいしいバターの日 、8/22 ちんちん電車の日、 バーニョの日 、 はいチーズ!の日	8/23 白虎隊自刃の日、油の日、 湖池屋ポテトチップスの日 、8/24 歯ブラシの日、愛酒の日、ドレッシングの日、 東京パラリンピック開会式(予定) 、8/25 川柳発祥の日、即席ラーメン記念日、バラスポーツの日、8/26 人権宣言記念日、パパフロの日、 オリジナルジグソーパズルの日 、8/27 ジェラートの日 、男はつらいよの日、8/28 民放テレビスタートの日、テレビCM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 、オーガビッツの日	8/30 富士山測候所記念日、ハッピーサンシャインデー、8/31 野菜の日 、 I Love Youの日 、9/1 防災の日、防災用品点検の日、宝塚劇団レビュー記念日、マテ茶の日、キウイの日、9/2 宝くじの日 、世界老人給食の日、9/3 ホームラン記念日、クエン酸の日、ベッドの日、ロコミの日、9/4 車の日 、くしの日、クラシック音楽の日、9/5 石炭の日、計画と実行の日、 東京パラリンピック開会式(予定)



お客さまの変化

- ① 家族で! 仲間で! **オリンピック観戦**
■ 売場も「**オリンピック観戦ムード**」を作っていこう! **スポーティーなアイテム**、**応援グッズ**など、楽しい時間を過ごせる仕掛けを!
- ② 夏休みの思い出を **お出かけで満喫**
■ 遠出はできないので商業施設へのご来店は見込めます。「来て良かった…」と思っていただけのように、**この時期オススメのアイテム**や**イベント**など、**特別感のある週**にしましょう。**残暑見舞い**として、**つつい何か**を贈りたくなる工夫も!
- ③ **残暑見舞いで近況報告**
- ④ **夏物は卒業! 秋物への関心高まる**
■ 9月になったらさすがに夏物は…と、秋に向けての準備を始める時期です。**売場も、接客も「秋の訪れ」**をお客さまに感じていただける工夫をしていきましょう。

売上の山

“売上の山”は、**3連休を控えた23週、お盆休みが集中する24週、25週**と予測される。

※23週とは分かりやすく売場に変化をつけてお客さまに鮮度をもたらしましょう。

後半は9月に向けての種まき期間。
リターンにつながる施策をしていきましょう。

売場作りの仕掛け

お客さまの気持ちを高める演出がポイント

- お家時間**
料理、オリンピックTV観戦、フィットネスなど、お家時間を満喫できるアイテムを訴求
- イベント喚起**
庭でBBQ、室内キャンプなど、外で行っていた夏イベントをミニマム化し、部屋や庭でできることにアレンジできる訴求
- 残暑対策**
接触靈感、速乾性、給水アイテムなど、試してみても分かる工夫の聞いた訴求で新しい発見を提供
- 初秋アプローチ**
秋のテーマカラー、素材、トレンドワード、食材など、今秋の鍵となるアイテムで視覚訴求

接客の仕掛け

お家時間や近場でできることに焦点を当てたおすすめポイント!

- アパレル・雑貨・物販店舗**
■ 動きやすさ、涼しさ、手入れのしやすさをアピール(ストレッチ、接触靈感、給水速乾など)
■ 自分(スタッフ)だからこそ知っている情報や知識で、使用時の新しい喜びや楽しさを伝える
- 飲食店舗**
■ 夏バテ対策グルメ
■ 暑さを忘れる冷凍感スイーツ
■ オリンピックイベントコラボで世界最大の祭典をお家時間で盛り上げ、ここでしか味わえないメニューで訴求
■ ご当地グルメで旅行気分を盛り上げよう

他店の好事例

(お客さま体験談)

《マイナスをプラスに考える》

お買い物に出かけたときのこと、ふと食品店のお店の前にある商品に目がとまりました。POPには「今夏はお家時間で夏満喫!といった趣旨が記載されていました。例年であれば、旅行に行っていた時期。お家時間のことをあまり考えたことがなかったのですが、それを見て立ち止まっていると、「よろしければいかがですか?」とスタッフが声を掛けてくれました。「お家時間が増えたということは、家族と一緒にいる時間が長くなったということ。家族の心の距離も近づく時間がたくさんあるということ」と言ってくれました。スタッフさんの一言で、大切な人が一緒にいる時間が増えたことの大切さを改めて考えるきっかけになりました。