



株式会社 御中



CVS共同キャンペーン 店頭購入促進ご提案

顧客の心地よさアップとお店の繁栄の為に

テーマ

- 1.店舗購入促進(集客、反復購入、複数購入)
- 2.購入証明がある(購入店舗、商品がわかる)
- 3.手間要らず(店舗オペレーション簡単)
- 4.簡単、手軽に楽しめる(顧客側)

キーワード

- 1.インパクトある遊び心とおもてなし(楽しんで購入、接客向上)
- 2.シナジー 効果の創出(関係者のコラボレーション)
- 3.現状把握(相手を知る)

アウター、インナーキャンペーン連動施策

どんな施策にせよ、オペレーションは必要

特化したプレミアム
使用価値を売る、独自性を売る
顧客の快適感と遊び心
情報価値をシステム化

購入促進接客キャンペーン
インセンティブとモチベーションアップ

手間要らずの仕組み
(通常のオペレーションに組み込む)
店頭での大量陳列と
わかり易いPOP設置

ミシュラン店員・キャンペーン

お客様とのコミュニケーションがよくできている店員は
名前を覚えてもらっています。
そのお店と名前と一番気に入っているその店の
商品(キャンペーン対象)を書いてもらってはがき応募。
上記応募人数の多い店
(売上、地域などのバランスを取る)を表彰。

地力を引き出す

営業力よりも店の持つ本来持っている
接客、告知、店舗オペレーション力などが
これによってかなりわかる。

購入促進施策の徹底
イベント・カレンダー、作業手順表、セルフ・チェック表
とのスムーズな連動

接客NO1
ショップ

問題点
店舗運営上本部との窓口
店舗＝店舗運営部、
メーカー、購入者＝販売促進部

遊び心の演出で顧客を動かす



店舗オペレーションは簡単に

レギュラー商品 購入促進

PCLレジ、システム、レシート対応、連動

- 1.対象商品バーコード読み取り時レシートにロゴ、キャラクター印刷
- 2..レジ番号にに変数導入し、当りレシート(キャラ(ロゴ)入れる)
(すでに大型家電店では導入)
- 3.レシート週代わり色付け、月間購入総額による展開

商品対応

商品内にスクラッチ封入
(期間の明記、消費期間と連動させる)
当りの時、購入店を書き込みカード貼付

応募BOX

店頭設置(店名記入の必要がない。)
販売員に負担がなく、反復購入者が
楽しくなる。

組み 合 わ せ

シーズン商品 購入促進

店舗レジポリ袋対応

キャラ、ロゴ、対象期間印刷
その部分を切り取り、購入商品名と購入店を記入する。

バーコード対応

お弁当などのバーコードにロゴ、キャラクター等印刷
その部分を切り取り、購入商品名と購入店を記入する。

ポイント導入

ハガキ応募

購入商品名と購入店を記入の上はがき貼付
(はがき入りPOP必要)

遊び心のキャラと 快適プレミアム

ミーズ・カンパニーミーズカンパニー

参考(現状オペレーション)
レジ袋弁当類、一般商品と違う袋
この位のオペレーションは可能

1.七転び八起きドール(ストレス解消グッズ)

2.THE BODYCARE(お顔のケアと体のケア)

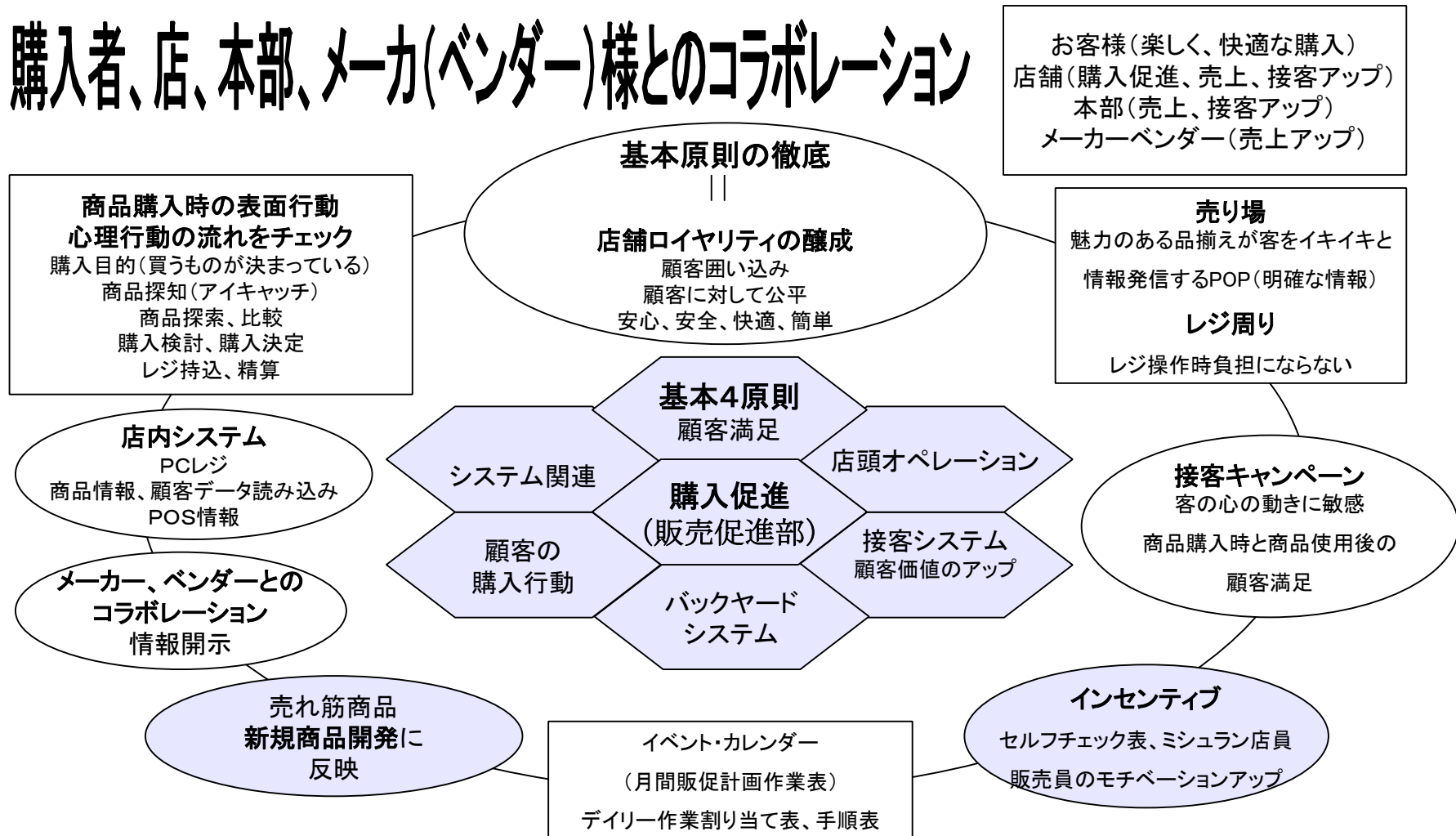
3.語呂合わせ面白グッズ

* お客様と販売員共感を持ってアウター、インナーキャンペーンと連動

20~30代男女の生活パターンに
遊び心のスパイスをかけ
上記キャラクター及びプレミアムを
ご提案します。

設定:SAVASパターン、通常商品カテゴリズパターン

購入者、店、本部、メーカ(ベンダー)様とのコラボレーション



コンビニ・ショップ現状分析

メイン顧客: 20~30代男女
商圏: 350~500M
客数平均: 800~1,000人(一日)
月商平均: 1200~1500万
傾向: 客数微増維持、客単価減
顧客性向: 目的買い=わかり易い分類
顧客心理=心地よい接客

固定客対応型
購入頻度アップ(反復購入、ついで買い)
複数購入促進(関連購入、多人数連動購入)

クレンリネスの徹底とエコロジー志向
顧客の快適空間と地球へのやさしさ

商品動向
アイテム数3000~2700(絞ってきている)
年間商品入れ替え数(本部推奨品)4000アイテム
常時商品入れ替え(年間で5~7割)

売れ筋商品の徹底拡売
極端にボリュームを持たした展開
高頻度購入、多人数複数購入

コンビニ
基本原則の徹底
クレンリネス、フレンドリーサービス
鮮度管理、売れ筋商品