

## 平成25年用かもめ～る目標設定

平成25年用かもめ～る目標は次のとおりとする。

### 1 平成25年用かもめ～る目標

#### (1) 信越販売目標 (単位：枚)

本社から通知された目標枚数は、下表のとおり。

	25年目標	24年目標	目標比	24年実績	実績比
事業本部目標 (全国シェア)	4,030,000 (3.4%)	3,590,000 (3.4%)	112.3%	3,713,617	108.5%
局本部目標 (全国シェア)	3,760,000 (3.3%)	3,660,000 (3.2%)	102.7%	3,912,650	96.1%
エリア目標 (全国シェア)	7,790,000 (3.3%)	7,250,000 (3.3%)	107.4%	7,626,267	102.1%

#### (2) 信越かもめタウン指標 (再掲、単位：枚)

	25年目標	24年目標	目標比	24年実績	実績比
事業本部目標 (全国シェア)	470,000	301,000 (3.8%)	156.1%	462,323	101.7%

### 2 支社チャネル別販売計画

#### (1) 販売目標

チャネル別販売計画を基に支社で作成した局別目標案をブロック内調整後、確定

	25年用計画
	4,030,000
外務社員	2,664,000
販売所(CVS)	103,000
販売所(一般)	142,000
内務社員	800,000
営業専門要員	245,000
ゆうゆう窓口	76,000
臨時出張所	0

#### (2) タウン指標

事業所数シェアに基づき設定。

### 3 販売ガイドライン

信越の販売実績も踏まえ、販売当初は本社がドラインよりも低い設定とするが、6月20日以降は、本社がドラインに追いつき、販売目標を達成する信越独自の販売ガイドラインを設定して推進管理を行う。

基準日	6/5	6/10	6/20	6/30	7/10	7/20	7/31	8/10	8/20	8/23
本社(事業)	30%	40%	56%	70%	80%	91%	96%	100%	-	-
信越(事業)	26%	37%	56%	70%	80%	91%	100%	-	-	-
信越(エリア)	16%	31%	45%	58%	70%	82%	93%	95%	100%	100%+α

### 4 販売方針

別紙のとおり

# 平成25年度信越かもめ～る販売取組方針

## 1 基本方針

平成25年度のかもめ～るの販売は、平成26年用年賀需要拡大に向けた取組の前哨戦として位置付け、

- ① かもめタウン等による中小口事業所向けの、ビジネスユースの利用拡大
- ② 「マイ顧客」「マイ窓口顧客」への早期お知らせ活動による、個人需要の維持拡大により、販売目標達成を目指す。

## 2 販売目標

### (1) 信越販売目標(単位:枚)

	25年目標	24年目標	目標比	24年実績	実績比
事業本部目標 (全国シェア)	4,030,000 (3.4%)	3,590,000 (3.4%)	112.3%	3,713,617	108.5%
局本部目標 (全国シェア)	3,760,000 (3.3%)	3,660,000 (3.2%)	102.7%	3,912,650	96.1%
エリア目標 (全国シェア)	7,790,000 (3.3%)	7,250,000 (3.3%)	107.4%	7,626,267	102.1%

### (2) 信越かもめタウン指標(再掲、単位:枚)

	25年目標	24年目標	目標比	24年実績	実績比
事業本部目標 (全国シェア)	470,000	301,000 (3.8%)	156.1%	462,323	101.7%

※郵便局本部は件数指標を設定して取り組む。

## 3 重点取組

※具体的な取組スケジュールは別紙2のとおり

### ◆郵便事業本部

#### ファーストパーソン

#### ①マイ顧客への早期お知らせ活動と複合営業

マイ顧客の確保に向けて、お知らせ活動の進捗を把握しながら、早期にマイ顧客の確保を図る

#### ②タウンチャレンジ営業

かもめタウンチラシを活用して、ファーストパーソンによるタウン獲得を目指す

#### SEM・営業専門要員・管理者

#### ①AR※チラシによる提案営業

新しい広告方法を活用してディーラー・ハウジングに提案

#### ②販売促進セミナーを活用した提案営業

販売促進セミナーへの参加事業所への提案

#### ③パッケージタウン等による提案営業

ホテル・旅館向けのパッケージタウンをノックツールにDM提案

※画像等にスマホをかざすことで動画やスライドが見られる仕掛け

#### 一体営業

#### コンビニへのパッケージ営業

平成25年用年賀タウン営業で取り組んだローソン様専用のかもめタウンパッケージを活用して、タウン利用の拡大を図る

### ◆郵便局本部

#### 事業所

局周活動日など、部会統一活動日による定期的な局周活動

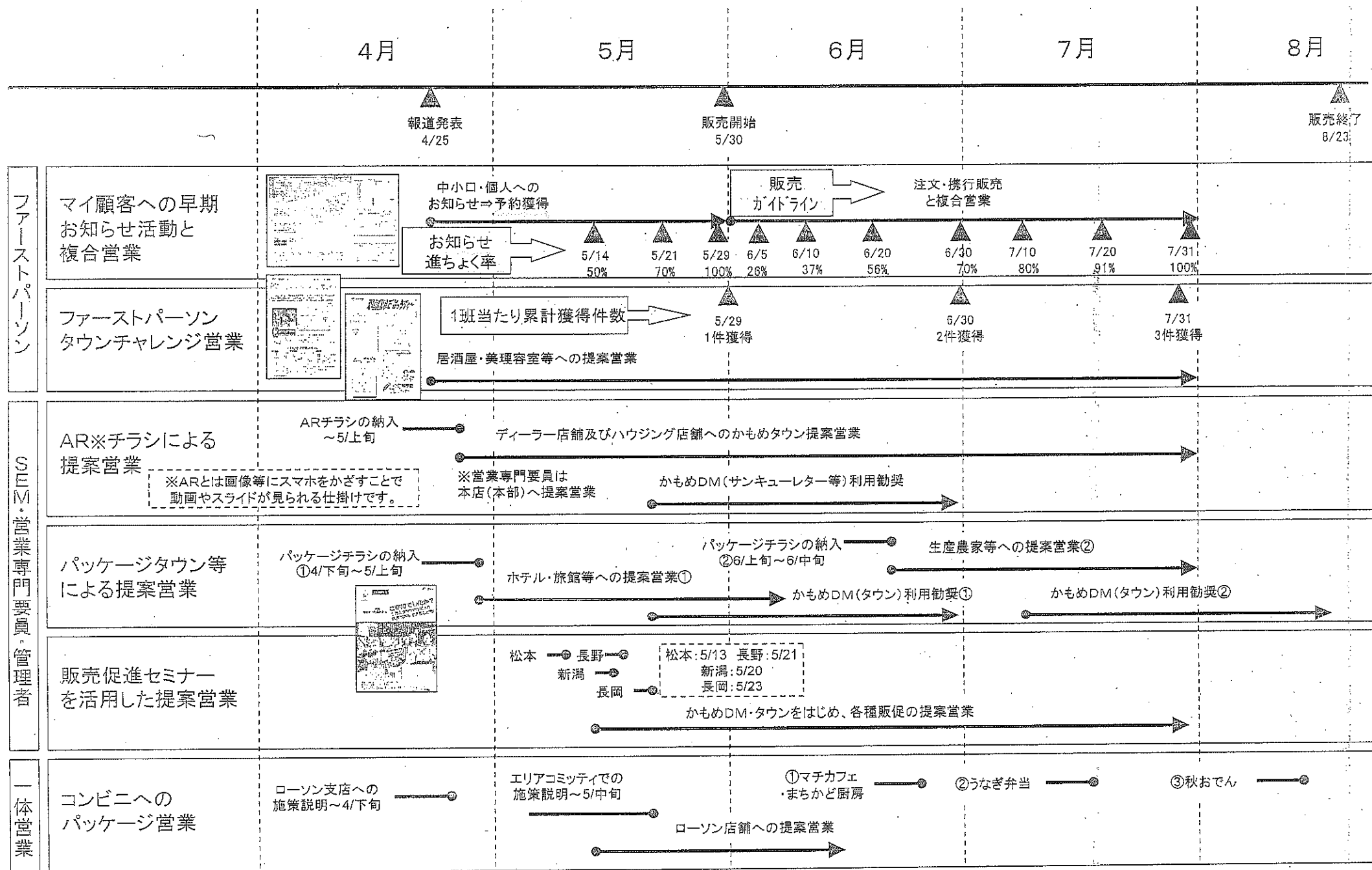
#### 窓口

お客さまの目を引くディスプレイ、全窓口で一声営業

#### 販売所

小まめな買受勧奨

# 平成25年度かもめ～る等の販売促進施策の展開(旧支店・エリア)



## 平成25年度 かもめ~るの販売

### 1 発行概要

- (1) 発行日 平成25年5月30日(木)  
(2) 販売期間 平成25年5月30日(木)から同年8月23日(金)  
(3) 営業開始日 平成25年5月1日(水)(指示文書到着以降)・・・予定

### 2 販売期待値

3,760千枚(前年同期期待値3,660千枚、対前年比:102.7%)

※今年度は、販売所等との等価交換実績の減算は行わない。(前年等価交換106,006枚)

### 3 販売ガイドライン等

#### (1) 予約ガイドライン

設定しない

#### (2) 販売ガイドライン(郵便局本部)

基準日	6/10(月)	6/20(木)	6/30(日)	7/10(水)	7/20(土)	7/31(水)	8/10(土)	8/20(火)	8/23(金)
信越	21.0%	34.0%	45.0%	60.0%	72.0%	86.0%	95.0%	100.0%	100%+α
本社	21.0%	34.0%	45.0%	60.0%	72.0%	86.0%	94.0%	98.0%	100%

#### (3) かもめタウン獲得目安

エリアMG:部会別の期待値により設定(別途)【本社目安:1部会3件以上】

単独MG:局別に設定(別途)【本社目安:1局1件以上】

### 4 販売展開

#### (1) ビジネスユースの拡大

部会でリストアップした事業所に対して、計画的かつ積極的な勧奨を5月から実施。

##### 【重点販売事項】

- ① 消費税アップへの対応:住宅・自動車等高額商品を取扱う事業所への勧奨強化
- ② 「今日は何の日」営業:営業のきっかけとして「今日は何の日」を参考に対象業種へのアプローチ強化
- ③ 夏イベント対応:学習塾、ホテル等、夏のイベントが想定される業種への取組
- ④ ローソンパッケージタウン:ローソン店舗を対象とした印刷から差出までのパッケージプランを積極的に提案・勧奨

#### (2) 大口購入事業所・その他大口対策

かもめ~る及び年賀葉書購入顧客リスト活用による確実な予約活動を展開。

#### (3) 個人対策(小口)

##### ア 窓口販売

- ・すべての窓口で「購入申込書兼チラシ」を手交しての声かけ等、基本動作を徹底。お客さまから申し出があった予約については積極的に受付。
- ・季節に合わせた窓口ディスプレイによりかもめ~るのPRを実施。

##### イ 渉外社員

ドアノックツールとしてお知らせ活動・販売活動を実施し、お客さまから申し出があった予約については積極的に受付。

#### (4) その他

##### ア 印刷サービスとのセット販売

##### イ 費用(物件費、人件費等)対効果の見合う場所での臨時出張所開設

##### ウ 郵便切手類販売所・簡易郵便局への販売協力依頼

## 5 インセンティブの実施

### (1) かもめ期待値達成インセンティブ

ア 対象：部会・単独MG局

イ 基準：推進率105%以上

ウ 配分額：30万円（広告宣伝費）を該当部会・単独局の実績シェアで総取り  
（獲得金額が5,000円に満たない場合は5,000円）

### (2) かもめタウン獲得インセンティブ

ア 対象：部会・単独MG局

イ 基準：かもめタウン目安件数を達成した部会・単独MG局のうち上位10位内の  
部会・単独MG局

ウ 配分額：広告宣伝費

1位 獲得通数×10円

2位 獲得通数×8円

3位 獲得通数×6円

4～5位 獲得通数×4円

6～10位 獲得通数×2円