

1 年賀販売の基本方針

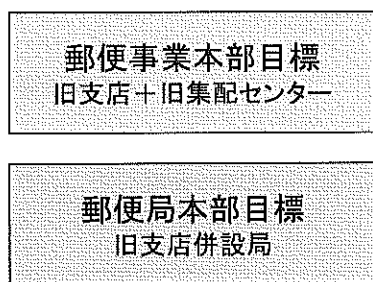
- ①個人顧客への早期お知らせ活動の徹底⇒マイ顧客確保（占有率10%）
券種別予約状況把握、お知らせ活動の進ちよく管理、印刷サービス利用拡大
- ②ビジネス利用の拡大⇒法人顧客への提案営業
ターゲットリストに基づく進ちよく管理、案件管理表による活動量の見える化
- ③エリア目標達成に向けた効率的・効果的な推進管理
支店統合局の推進管理の一体化、エリア内需給調整の試行実施 ほか

2 販売計画と推進管理

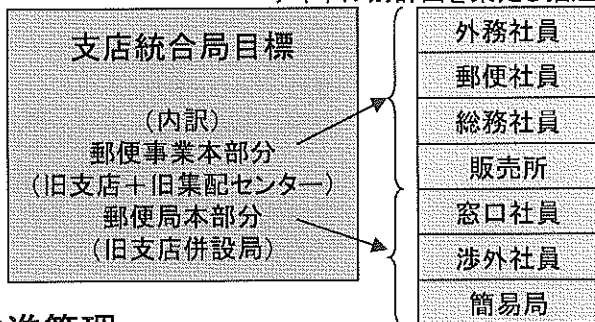
(1) 支店統合局の一体的推進管理

会社統合後の一体的経営を推進するとともに、年賀販売推進の一元管理を図るため、支店統合局の推進管理方法を一体化。実績のフィードバックも同様。

<前年度> 各本部目標を別々に推進管理



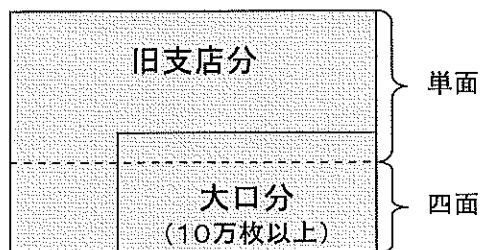
<今年度> 両本部分の合計を支店統合局目標とし、チャンネル別計画を策定し推進管理



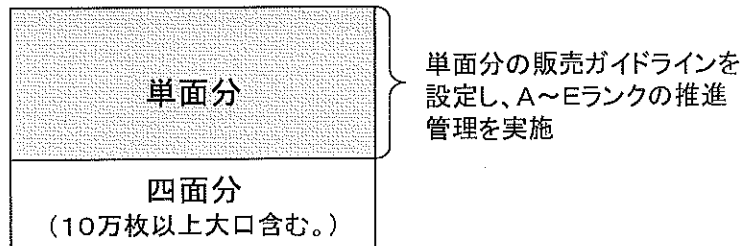
(2) 単面販売ガイドラインに基づく推進管理

単面の販売ガイドラインを設定し、日々の推進管理を実施。

<前年度>



<今年度>



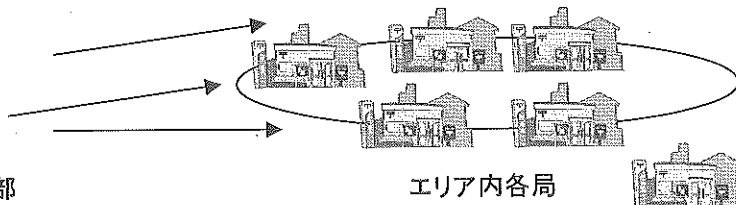
(3) エリア内需給調整の試行実施予定

会社統合メリットを活かし、これまで両本部で行っていた在庫管理を運用面で効率化する施策を一部エリアで試行実施予定。

□ イメージ

需給調整分の保留を持つとともに、エリア内各局の在庫状況を把握し、需給調整を実施

支店統合局 総務部



原則として副部長を介さずに、個局で支店統合局と需給調整を実施

エリア内各局

(3) インセンティブ（報労）の実施

◆ お知らせ・予約活動期間

- ビジネス利用拡大
案件管理表の報告に基づき、報労予定。
- お知らせ活動の進捗確認
購入申込書のデータに基づくお知らせ活動の進捗よく管理報告に基づき、報労予定。
- 年賀状印刷サービス
年賀状印刷サービスの注文実績に基づき、報労予定。

◆ 販売期間

- 年賀販売
年賀販売ガイドラインに基づき、スタートダッシュ賞、目標達成賞、日伸賞、支店統合賞等の報労を予定。
- 営業専門要員
年賀需要拡大のため、AR年賀を獲得した社員を対象とした報労を予定。

(4) 販売促進のための施策展開

- ARチラシを活用した年賀DM、年賀タウン提案営業
利用勧奨チラシにより、年賀タウン及び年賀DM（挨拶状を含む。）を提案営業。

【主要ターゲット】 ホテル・旅館、カーディーラー、小売店（初売りセール）

【社員研修等】 管理者：郵便関係部長ミーティング（8/27）

営業専門要員：営業専門要員会議（8/29-30）

SEM／営業推進リーダー：本部主催のブロック別研修

【その他】 ノックツールとしてHP等で画像コンテンツを有している事業所に提案
利用勧奨チラシの営業パターンを支社で作成

- 販売促進セミナーの実施
8月下旬から、販売促進セミナーを実施し、参加事業所を囲い込み。
- コンビニパッケージタウンの展開
ローソンSV会議やエリアコミッティを通じて浸透を図り、パッケージタウン利用を拡大。
- 販売促進のための発売日セレモニー等
- 臨時出張所の開設等
人件費を含めた経費率10%で開設。開設主体は原則郵便局本部優先とするが、エリア目標達成に向けフロントライン営業協議会で調整。