

2022年上期 カタログインセンティブ等の実施

2022年5月27日
信越支社郵便・物流営業部（物販担当）

【目的】カタログ販売実績全体の約60%を占める「お中元」及び「頒布会」の販売活動を活発化させることで、本年度設定された営業指標の推進を図るとともに、物販カタログのお知らせを通じて三事業の営業しやすい土壌をつくる。

1 インセンティブ施策の実施

(1) 夏のカタログインセンティブ【エリアMは部会、単M局は個局単位で実施】

実施期間	施策内容（エリアM局）	施策内容（単M局）
5/23～8/8 (夏ギフト申込期間と同じ)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 取組単位：部会 ◆ 期間中に販売した全カタログの販売実績の合計額に基づき、期間中の物販指標推進率（頒布会実績を除く。）を算出。 ◆ 各地区連絡会の推進率1位部会に20,000円相当の販促物品を贈呈。 ※地域ごとに、地域カタログなど重点取組カタログに違いがあることから、お中元カタログに限定せずに期間中の全販売実績を対象とします。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 取組単位：個局 ◆ 部会と同様に物販指標推進率を算出。 ◆ 推進率上位10局に物販指標額1万円につき5円相当の販促物品を贈呈。 (例) 指標額2000万円 ⇒ 1万円相当 ※ 窓口機能のみの局（7局）は別グループとし、上位2局に販促物品を贈呈。

(2) 頒布会利用者拡大インセンティブ【エリアMは部会、単M局は個局単位で実施】

実施期間	施策内容（エリアM局）	施策内容（単M局）
6/1～9/15 (10月頒布開始の申し込み締め切り日まで)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 取組単位：部会 ◆ 期間中に販売した頒布会カタログの販売実績の合計額に基づき、物販指標に対する割合を算出。 ◆ 各地区連絡会の推進率1位部会に30,000円相当の販促物品を贈呈。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 取組単位：個局 ◆ 部会と同様に物販指標に対する割合を算出。 ◆ 推進率上位10局に物販指標額1万円につき10円相当の販促物品を贈呈。 (例) 指標額2000万円 ⇒ 2万円相当 ※ 窓口機能のみの局（7局）は別グループとし、上位2局に販促物品を贈呈。

(3) 頒布会ご利用感謝インセンティブ【個局】

施策内容（個局①）	施策内容（個局②）
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 取組単位：個局 ◆ 9月15日現在の申込み個数（継続＋新規の総数）が前年同日本比100%超の局に対し、販促物品を贈呈。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 取組単位：個局 ◆ 8月15日現在の新規申込み会員により、新規1人につき100円相当の販促物品を贈呈。（申込み個数12個で1人とカウントします。） (参考：2021年度の新規申込み会員940人)

2 副部長、郵便・物販推進リーダーに対する支援

- ◆ 施策の取組期間中はインセンティブ推進表の発行及び郵便局での窓口POP作成風景や作成例等を情報紙で紹介します。
- ◆ 物販営業の意義・目的等の理解を深めることで物販営業に対する取組意欲向上につながるよう、会議や郵便局訪問時の指導を継続します。