



▼/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/

明日から使える!? 商売繁盛のヒント

サービスコンテンツプランナー 小島章裕

《 vol.23 》

[季節またぎ販促]

「親孝行需要」から「クリスマス需要」へ

パナソニックが敬老の日に合わせて、シニア向け掃除機の新製品を発売しました。親にプレゼントする「親孝行の需要」を狙っているそうです。なるほど、そこを突いてきましたか！ 私の親の世代は使える物は壊れるまで使いつづける人が多いので、「買い替え需要」は期待できませんが、子供からのプレゼントなら喜んで受け取ってくれますね。そこで、もう一步踏み込んだ販促を考えてみました。これでおじいちゃん、おばあちゃんは必ず受け取ります！

季節またぎ販促 //////////////////////////////////////

敬老の日のこと。息子家族が実家へプレゼントを持って行きました。
息子「お母さん、今までの掃除機では持ち運びが重いだろうから、新しい掃除機をプレゼントするよ」
お母さん「いいよ、まだこれ使えるし。もったいないわ」
息子「そんなこと言わずにこの掃除機は軽くて使いやすいから、『敬老の日』のプレゼントだから受け取ってよ」
お母さん「そうお…」
息子「それにさ、これを買ったお店に、中古の掃除機を持っていくと、チケットに交換してくれて、うちの子供たち（孫）のクリスマスプレゼント代にできるのよ」
お母さん「そうなの！ じゃ、遠慮なくいただくわ」

息子「子供たち（孫）には内緒だけどね」

※チケットはクリスマスプレゼント代の10%（仮）です。

いかがでしょう、孫のためなら、親も喜んで受け取ってくれそうじゃないですか。生活に必要な物はすべて揃っている今、販促は買い替え需要がメインになりますが、スムーズに買い替えてくれるには、ひと工夫が必要です。相手の琴線に触れる言葉も用意して、「親孝行需要」を開拓いたしましょう。

-

★アイデアコンセプト★

季節をまたぐ

-



《**アイデアの解説**》 ちょっとあざといですが、季節をまたぎ、さらに世代をまたぐ、こんな販促はいかがでしょうか。正当な「買う理由」、「買ってもらう理由」を作れば、需要はまだまだ掘り起こせます。特に、祖父母と孫の関係は見逃せません。祖父母から孫へ贈り物をしたら、そのお返し（お礼）だって考えられます。また、高齢者はよく旅行に行きますので、土産物店は、孫にあげたくなるようなお菓子を品揃えしておくとうまく売れるかもしれませんね！

※本コラムの内容は作者の意見です。各人の責任においてご利用ください。本件により生じる損害・トラブル等について、一切責任は負いません。

※本コラムの無断転載を禁じます。