

敬老の日イベントDMのご提案

いつもお世話になっております。

先日の夏休みイベントのご提案に引き続き、9月の敬老の日・お彼岸に注目して売上アップを狙う「敬老の日イベント」をご提案致します。夏休みやお盆の間にご来店頂いたファミリー客のおじいちゃん・おばあちゃんをターゲットとして、秋口からも3世代での再来店を狙いましょう。

前回は少し触れましたが、夏のイベント時期に高齢者の顧客情報をいつも以上に積極的に取得されることが、「敬老の日イベント」のDM発送数増加に連動致します。

なぜここまで子どもデータや高齢者の顧客情報取得を呼びかけているかというと、最近の調査から、子どもや高齢者に対するDM販促は、今後の売上を担うものになるという結果が出たことに他なりません。特に当社のお取引先各社のバースデーDMの年齢別反応結果から分析したところ（もちろん業種業態によりますが）高年齢層のDM反応率が高い事がわかったのです。

高年齢層顧客のバースデーハガキ反応率の一例をご案内致します

郊外型和食・しゃぶしゃぶ店：平均客単価 3,500円

30歳～50歳	反応率	7.5%
---------	-----	------

60歳～80歳	反応率	12.3%
---------	-----	-------

ファミリー向け和食レストラン：平均客単価 1,550円

30歳～50歳	反応率	17.4%
---------	-----	-------

60歳～80歳	反応率	27.1%
---------	-----	-------

この数字は是非とも御社の今後の販売促進を考えていく上で参考にさせていただきたいものです。超高齢化社会ともいわれる現在、郊外型店舗やファミリー客を対象とした店舗の今後の売上作りの鍵を握るのは、高齢者や団塊の世代の方たちということになります。

高年齢層の顧客情報を集中的に取得することにより、DM反応率の高い顧客層へのDM発送数が増え、DM回収枚数も必然と増加し、利益の増大へ繋がるということはいまでもございません。さらに、「せっかく外食するなら子どもや孫と一緒にいこう」というパターンも十分考えられますので、メニューなども含めそういったニーズにも対応できるようなお店の状態にさせていただきたいと思います。

前回のご提案と合わせて考えても、今後は『子どもデータ』と『高年齢データ』の2つが売上を作る大きなターゲット層になると予測いたします。顧客管理をすることで的確な販促対象を絞り込むとともに、無駄のない上顧客作りのお手伝いをしたいと思います。

【イベントDMの発送対象】

- ・ 家族内対象指定 家族でデータ管理をしております
一家に一枚だけDMを発送することも可能です。
「一家族内の65歳以上の女性顧客様にだけ」という発送も可能です。
- ・ 年齢別 例 現60歳から現80歳までの顧客
- ・ DM反応者別 過去のDM（イベントDM、バースデーDM、お礼状DMなど）
- ・ 最新来店日別 アンケート記入日、またはDM使用日のいずれか
ポイントカードシステムを導入されている場合はカード利用時も含みます。
- ・ 市郡別 店舗から近隣のエリアにDMを発送する
遠方のエリアはDMを発送しない など
- ・ 来店回数別 過去 回以上の来店回数の方のみ抽出する
- ・ 店舗評価カウント別 アンケート評価によるもの
上記の組み合わせによって、顧客データ抽出することが可能です。
御社の業態と、ご予算に応じたご提案をさせていただきます。

【イベント内容、特典例】

- ・ 敬老DMにて来店動機をアップする
 - ・ 期間限定の敬老パスポートを発行、年内の再々来店を狙う
 - ・ お楽しみクーポンを発行、有効期間を決めてその間の再来店を狙う
- それ以外にも
- ・ お孫さんが描く絵（ぬりえ）コンテスト
 - ・ ウォーキング大会
 - ・ ゲートボール大会後の打ち上げ
 - ・ 店内で絵手紙展、地元敬老クラブの絵画発表会の開催 など
- 地域の行事や祭事にあわせたイベントを考えてみてはいかがでしょうか。

チラシや他の販促媒体を考慮する事が必要ですが、基本的には顧客へ優先的にDMを送付する事が重要なのは言うまでもありません。

DM特典ですが、

『（同伴していただいた）お孫さん向けのDM特典』

『DMをご持参いただいたグループ全員の方への特典』

といった内容の特典を付けることをお勧め致します。勿論、店舗で配布するためにDMを置いておいて、ご来店頂いたお客様やDM発送されていない顧客であっても、個人情報さえ頂戴できればその場でDM特典を利用可能にしても喜ばれると思います。

また、既にご存知の方も多いと思いますが、各自治体において、高齢者支援のカードを導入している事例を少しご紹介致します。

データプレーンのある愛知県豊橋市です、『シルバー優待カード』というものがございます。これは70歳以上の方のみカードを提示すると豊橋市内の各種施設（動物園、スポーツ施設など計11施設）において入場料が無料になるというものです。

東京都江東区では『さざんかカード』というものがございます。これは子育て世代の方、65歳以上の方、身体障害者の方たちが対象で各種サービスや割引を受けることが可能です。

横浜市では『濱ともカード』というものがございます。これは65歳以上の横浜市民の方になりますが、こちらは、飲食店やスポーツ教室、家のリフォーム、携帯電話ショップ、映画館、なんとJリーグチームで買い物をする際にも特典があるという多種多様なサービスを取り入れていらっしゃいます。（特典や割引は各種サービスによります）こういうカードを導入していないようであれば、来るべき高齢化社会に備えて導入することをご検討いただいてもよいのではないのでしょうか？

【内容・デザイン・その他】

基本的には高齢者向けのDMとなりますが、親+子（2世代）、親+子+お孫さん（3世代）という形でご来店されることを想定していただいたほうが良いと思います。

ただ、決してイベント先行ではなく、店舗にあわせたイベント内容を考えることが大事です。

- ・高齢者の視点から考えると、DMに使用する文字はなるべく大きい文字で読みやすい内容がよいかも知れません。DMを送付する年代を考慮頂ければ幸いです。
- ・いつもご来店いただいているお客様ですが、『ハガキを持参してお店に行かないと今回ばかりは損だなー』と思わせる仕組みをつくりましょう。

【イベント期間例】

9月の第3月曜日、今年は9月20日（月）は敬老の日です。（ちなみに、9月15日（水）は老人の日だそうです）やはり1ヶ月～1ヵ月半をイベント期間にするのが適切かと思われます。

平成22年9月1日（水）～9月30日（木）・・・・・・・・・・30日間

秋口のイベントが終わればすぐに11月、12月は忘年会シーズンに突入します。

最新来店日とDM反応履歴の2つから、上顧客に『早期予約特典つき忘年会ご案内DM』を発送しシーズン到来前の売上をつくる方法をご検討してみてもいかがでしょうか。

企画を検討される方は、お気軽にご相談ください。

詳細については、アドバイス致します。