

実施目安期間	手順内容	チェック
日別予算作成 2カ月前に作成	・2カ月先までの日別予算を仮作成する(習慣をつける)	<input type="checkbox"/>
企画内容と計画書原案 約1カ月半(7週間)前に原案作成	<p>・企画内容の決定と計画書原案作成</p> <p>① 特定商品の拡売を意図したISP</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒実施日の決定 ⇒協賛メーカーの決定 ⇒拡売機種(型番)の決定 ⇒本部拡売日の確認と整合性 ⇒予算金額又は予算台数の決定 ⇒ターゲット客層の決定 ⇒ターゲットへのアプローチ方法決定 ⇒経費算出 ⇒希望応援者数の算出 ⇒メーカーとの役割分担の希望項目をピックアップ <p>② 集客を意図したISP } ②、③の流れは同一</p> <p>③ 回遊性促進を意図したISP</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒実施日の決定 ⇒イベント内容の決定 ⇒ターゲット客層の決定 ⇒ターゲットへのアプローチ方法決定 ⇒イベントに掛かる経費算出 ⇒希望応援者数の算出 ⇒協賛メーカーの選定 ・単独メーカー協賛の場合 <ul style="list-style-type: none"> →実施当日の協賛メーカー売上高(構成比)の決定 ・複数メーカー協賛の場合 <ul style="list-style-type: none"> →各メーカーへの少額協賛金依頼文作成 <p>④の注意事項 (例)子供向けのISPなら、楽しさと気持ちは不可欠。ならば、どうすればいいのかメーカーと打ち合わせを重ねる</p> <p>⇒どのようなISPにしたいのか →実施内容、主旨、催しの雰囲気などを詳細に決める ※上記を実現させるには、どうすればいいかをメーカーと徹底的に打ち合わせることで、全体像が明らかになる</p>	<input type="checkbox"/>
※注意事項		
②集客目的 ③回遊性促進 の場合、特定の商品が無い場合、当日のメーカー構成比や冷蔵庫、テレビなどの主要商品の台数で予算設定になる場合が多くなりますが、先に条件提示する方が、交渉が進みやすくなります。いずれにしても実績を残すことで、次回の支援が受けやすくなります		
④の注意事項 (例)子供向けのISPなら、楽しさと気持ちは不可欠。ならば、どうすればいいのかメーカーと打ち合わせを重ねる		
メーカー依頼 5～6週間前には交渉を実施	<p>・計画書原案に基づく、メーカーとの交渉</p> <p>・メーカーの支援内容決定</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒該当月の日別予算修正(ISP実施分の上乗せ) ⇒メーカーとの役割分担項目の日程確認 →リーフ印刷やイベント使用品の手配など 	<input type="checkbox"/>
計画書の完成 メーカー返答後すぐ 約4週間前には作成	<p>・計画書の完成</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒計画書原案の修正分のまとめ ⇒準備計画のスケジュール決定 ⇒店内会議実施日の決定 ⇒担当責任者の決定 ⇒個人予算の決定 ⇒各個人の役割分担 ⇒展示替え・装飾の日程計画 <p>店内会議までに、これらをまとめて計画書を完成させる</p>	<input type="checkbox"/>
店内会議 3週間前には実施	<p>・店内会議の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒計画書による内容説明 ⇒アプローチ方法や見込み客確保の方法を説明 ⇒役割分担などの微調整と決定 	<input type="checkbox"/>
確認・調整 随時	・計画書の進捗確認と微調整を繰り返す	<input type="checkbox"/>