

ドラッグストアチャンネル向け商品開発のための素材を消費者目線で探索する活動

- 活動目的
- ❖ドラッグストアの顧客層である女性消費者の様々なニーズから自社に適する商品領域を発見し、商品コンセプトへと落とし込む活動。
 - ❖ターゲットとすべき消費者や各世代別のセルフメンテナーズなど当社保有データによるフレームワークを行う。

フレームワークとは

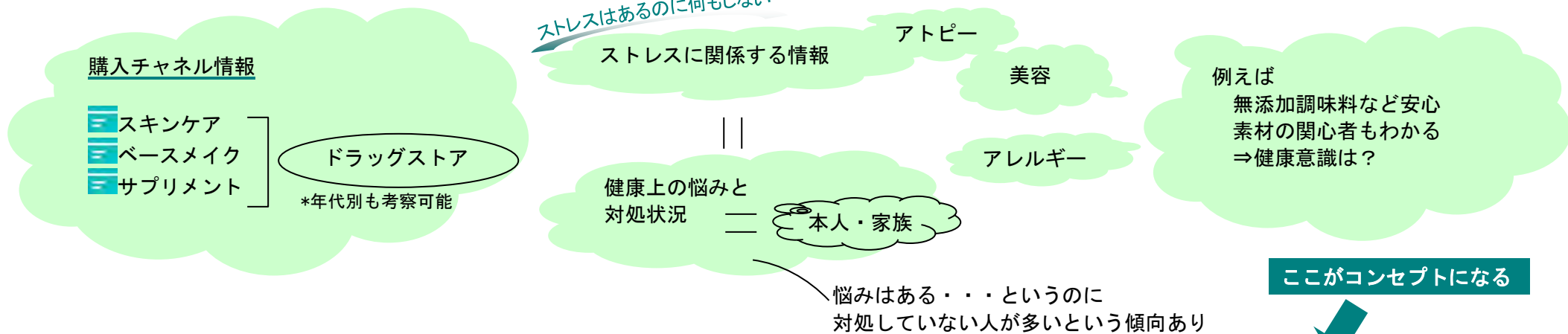
- 🔑 保有データのピックアップ
- 🔑 保有データの加工 *原データのクロスにより見える情報がある

着眼点のレポーティング
ex. 仮説で広げる

当社保有データ例

◆年1回のモニター情報更新時に収集している蓄積データ

- ➡ データ間のクロスや狙った対象者の抽出に活用できる
- ➡ 定期的にモニター情報の更新を行います。独自の情報収集（検証）や当社定点観測データとのクロス等“新しい手法”を考え消費者にアプローチするのにも



◆ 様々な消費者を様々な商品カテゴリーで見ている当社スタッフの見地を生かす

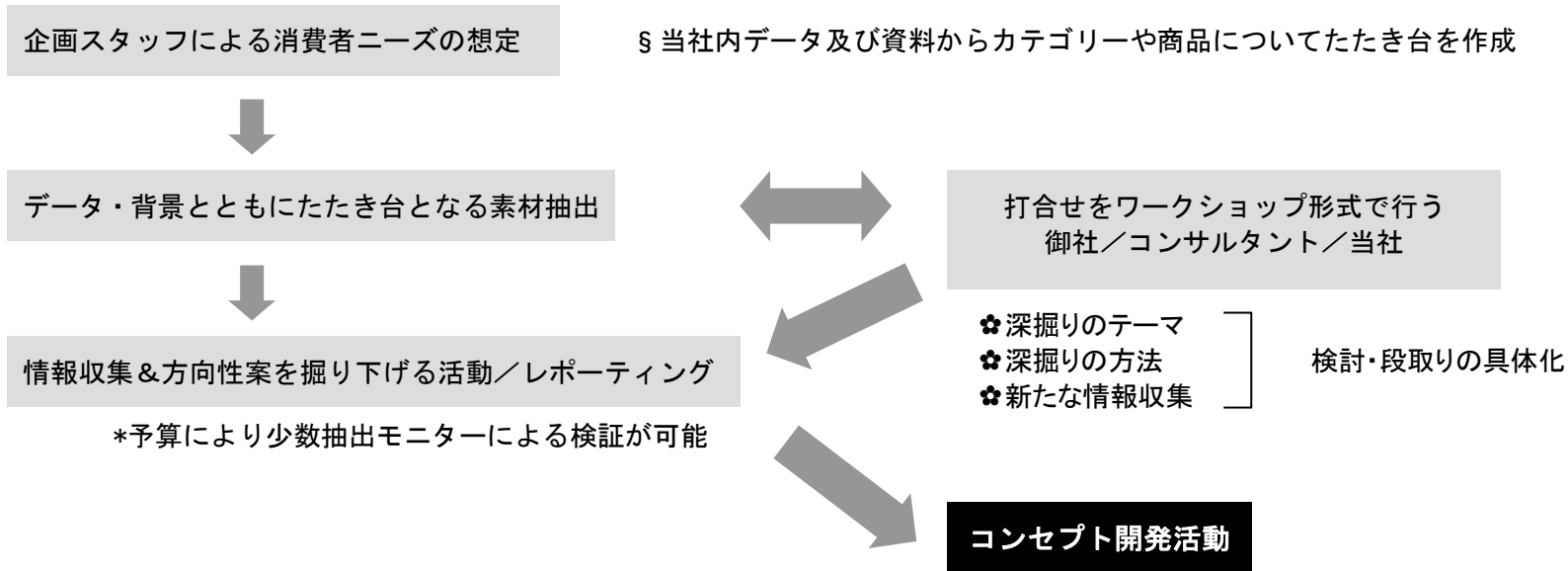
- ➡ 美容・健康分野はもとより食系からもHINTになる要素がある

悩みに訴えたり 悩みに共感を得よう としても冷めている

あっ！自分向きと気づかせてくれる 悩み訴求ではなく 状況やシーン訴求である必要がある

共感者が
多いと HIT

活動ステップ&内容



予算案

*消費税は別途となります

- ・ 打合せ&ディスカッション
- ・ 当社データの抽出・加工
- ・ 商品カテゴリー・商品開発に結びつく素材抽出
- ・ 情報収集・方向性案を掘り下げる活動
(ディスカッションを含む)
- ・ コンセプト開発活動

1st STEP	50万~70万円	*データ加工等の作業量により異なります
2nd STEP	50万~70万円	*消費者モニター活用状況により異なります

*活動内容の想定から概算として予算立てをしています。先に予算枠を想定し予算に合わせた活動を組むことも可能です。