── ドラッグストアチャ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ニーズなど当社保有データによるフレームワークを行う。

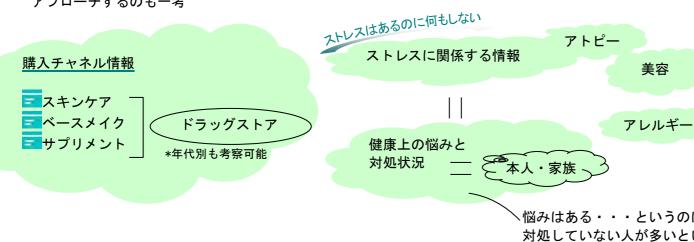
フレームワークとは

- 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 アプローチするのも一考



例えば

無添加調味料など安心 素材の関心者もわかる ⇒健康意識は?

、悩みはある・・・というのに 対処していない人が多いという傾向あり

美容

ここがコンセプトになる



- ◆ 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

あっ!自分向きと気づかせてくれる 悩みに訴えたり 悩みに共感を得よう 悩み訴求ではなく としても冷めている 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

企画スタッフによる消費者ニーズの想定

§ 当社内データ及び資料からカテゴリーや商品についてたたき台を作成



データ・背景とともにたたき台となる素材抽出



情報収集&方向性案を掘り下げる活動/レポーティング

*予算により少数抽出モニターによる検証が可能



打合せをワークショップ形式で行う 御社/コンサルタント/当社

- ☆深掘りのテーマ
- ⇔深掘りの方法
- ⇔新たな情報収集

検討・段取りの具体化



コンセプト開発活動

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

1 st S T E P 50 万~70 万円 *データ加工等の作業量により異なります

 2 nd 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。