株式会社ウィズプランニング

ドラッグストアチャネル向け商品開発活動 ➡ 予算及びスケジュール

①開発品のプロモーション企画提案活動

活動内容及びスケジュール	予算案
2/14 既存資料のお預かり 予備活動：情報内容の読込み ➡消費者からみた「売れる商品」に仕立てるためのコンセプトワーク 開発品コミュニケーションコンセプトのフレームワーク（プロモーション企画）	30 万円（企画活動）
3/初 レポーティング ➡ 方向性に関するミーティング	
本活動：・背景情報の収集 ・ペルソナターゲット情報収集(N=5) *可能であればHUT 〔収集情報を背景として方向性の裏付けを固める〕 ・ターゲット ・プロモーション（コミュニケーションＣＰ） ・販売名 ・販売場所 “実売”を意識したネーミングやコミュニケーションワードの開発	55～70 万円 *消費者情報収集により異なります
3/末 最終レポーティング	

②市場商品の導入提案

活動内容及びスケジュール	予算案
予備活動：どんな活動を行うのか アウトプットのイメージを含め検討 ➡先にカテゴリーありき、ではなく消費者目線で考える 魅力 「この商品が」＝「ドラッグストア店頭にある」 「○○○がプロモートしている、又はメーカーは○○○」	
3/初 活動内容の具体化	
本活動：この期間で最善を尽くす。 商品の網羅ではない。 消費者ニーズ重視で提案 商品の情報を資料ベースで収集 提案（必要により商品購入） *「なぜその商品なのか」 「なぜこのメーカーなのか」を仮説する	35～40 万円 *商品購入費は別途
3/末	