

新

## アイテム開発を考える活動について

◆我が社が得意とする分野でどのような活動のしかたがよいのだろうか…という視点で考えてみました。

視点

- ①認知者・関心者・経験者・ロイヤルユーザー、それぞれの目線で開発現場にリアルな情報を届ける
- ②消費者との接点現場である「店頭力」に注目！ チャンネルにおける受入性やオペレーションをも意識した活動を行う



過去資料や既存データなど、保有資料を有効に活用します。

例えば 「当該ブランド多アイテムユーザー」に注目したデータ  
御社保有の直近消費者データ

】などの活用



「加齢とともに発生する肌トラブル」⇒ 正常化しなくなった肌に向き合うという当該ブランド本来の立つ位置で

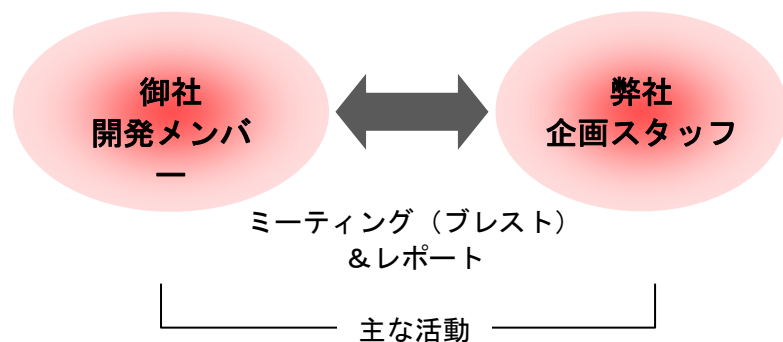
例えば 40~50代の変わり目世代に注目する開発活動



消費者のニーズに対応し、かつ「売場」で購買モチベーションが高まるよう、課題に対し包括的に取組む活動を目指します。

例えば 売場ではどのような位置づけ？、使用シーンや剤型から売場の広がりを考える活動…など  
ドラッグストアのスタッフに向けて、ブランドの開発に対する取組み姿勢をアピールし、消費者の代表者としてシンパシーを得るような活動

## 具体的には？



開発スケジュール  
により期間・実施月  
を設定

## 実施期間および予算の目安

- A. 月1回ペース……20万円/月
- B. 月2回ペース……35万円/月

オプション活動①……25～30万円/1課題  
オプション活動②③については、内容が具体的化した  
段階で予算案をお出しします

## 実施内容

- ♥ ミーティング&ミーティングレポート (ミーティング内容、及びその場の発案・提案を効率的にレポートするもの)

## オプション活動

- ① 自社に持ち帰り「課題」への取込み&レポート  
\* 例えば弊社スタッフによる試作品のHUT・他品使用感比較評価などのレポートも含みます
- ② 必要性が生じれば…モニター活用によりコンパクトな情報収集を行う
- ③ 必要性が生じれば…ドラッグストア等、取扱店舗担当者 (敏感肌、肌トラブルに詳しい方) へのヒアリングなどを実施