

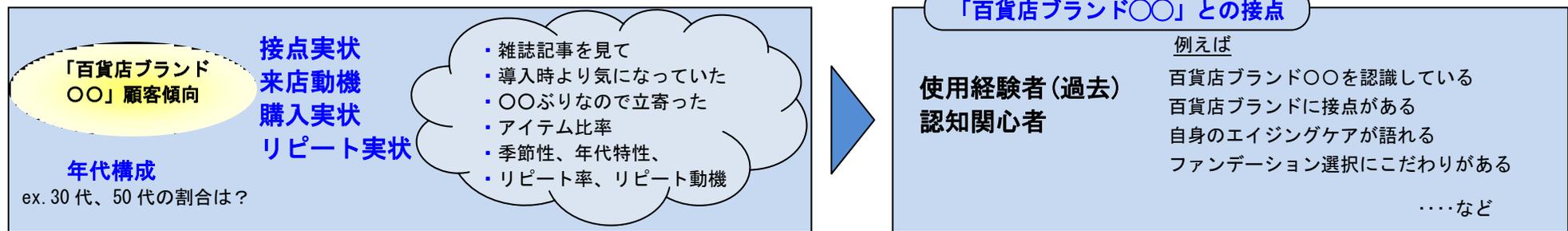
「百貨店ブランド〇〇」ターゲット世代の実態にせまる消費者情報収集活動について

実施 コンセプト

ブランドを担うメンバー全員が「百貨店ブランド〇〇」ターゲットについて共通認識がもてるよう、消費者の実態にせまる情報収集を行う。事前に「確認したいこと」を明確にした上で、インタビュー項目としてシナリオを組み立てる。収集した実状情報は、要素ごとに一般的な傾向か対象者の特殊な感性によるものかを分けて把握し、「百貨店ブランド〇〇」ターゲット世代に対し、理解を深める。

■対象者について（対象者抽出の考え方）

*事前にヒアリング、または可能であれば参考となる資料をお預りいたします。



手法

- ① 1年に1度の通信機会を活用し、「百貨店ブランド〇〇」の接点者別比率の概要を把握 ▶ その後抽出
- ② スケジュール優先の場合は、当社で把握しているチャネル情報をベースに事前リクルートを行う ▶ その後モニター通信機会収集したデータを併用

活動ステップ

