女性向けインナーイヤーステレオヘッドホン販売活性化のためのサポート活動　ご提案

目的

伸長カテゴリーである女性向け 1000 円前後のイヤーヘッドホンへの注力をサポートする活動です。
店頭における競合環境が激化するなか、商品およびパッケージデザインの表示要素が、より魅力的になるよう側方支援をいたします。

商品特性から以下のようにターゲット（消費者）をイメージします。
それぞれの「ターゲットに買ってもらうには、どうするべきなのか」を意識することが大切です。

実売に結びつけるには消費者のどの選択眼に注目するか、がポイント

◆消費者を分けてとらえ、どちら（又は両方）の何を、を意識した施策かを明確にして取組みます。

初めて購入するファーストユーザー ➡ このカテゴリーを初めて購入する人。店頭でサンプルを装着したり、友人の意見を聞いたり、視聴したりする女性もいれば価格とパッケージを見てサッと選ぶ女性がいる。

リピートユーザー ➡ リピートの背景もポイント、「現保有品の〇〇が気に入らない」「よかったのでバリエーションが欲しくなった」「壊れた」など、様々なユーザーを想定する。

＊展開事例をみると、店頭で見た時にキュート、装着した時がアクセ感覚、装着感がよさそう×色、パッケージが可愛い、悩んで選ぶのが楽しい、使用シーンを想定すると便利･･･etc.　消費者ニーズを意識したコンセプトで展開している

活動内容（案）

目的	活動概要	予算
現状をベースにした販売促進の視点	✤商品の愛称、思わず買ってみたくなるベネフィット、競合品と比べた差別化要素の見せ方（キャッチ、呼びかけ）を現行品をベースにアイデアゼネレーションを行う	企画・ミーティング　20 万円 ＊モニターによる　＋10～15 万円 店頭チェックや商品試用を含む
商品案・試作品（リニューアル･新製品）の受容性検証活動	✤商品案や試作品の段階で、より魅力的になる要素出しを行う。 ✤特に消費者（リピーター）が何を重視して選んでいるか、等少人数ながらも一歩踏み込んだ情報収集をコンパクトに行い、製品化に反映させる。 ✤パッケージ(外装)及び、コミュニケーションワードについてアイデアゼネレーションを行う	企画・ミーティング　25 万円 ＊検証調査　＋30～45 万円 （ミニ定性を含む）