

〇〇〇の健康食品 販売拡大に関する支援活動について

当社の強味

- ◆化粧品、製薬メーカーの商品開発及び商品販促施策（セルアウト）における、消費現場の想定に基づいた計画・実行販売支援施策の実績があります。
- ◆消費者戦略を専門とする企画会社の視点から、費用対効果を重視し販促に関わる実行組織（各社様）と組んだ活動が可能です。
* 目的を達成するための活動プランを作成します。

活動目的

ホームセキュリティーのお客様を中心に展開している健康食品を、自社接点者に限らず幅広く販売していける方法を考える。
その第一弾として 30 日分を袋入りにしコストを抑えた「からだ〇〇〇」シリーズを投入。
今後「サプリーで基幹となる商品とは？」を探索し、健康食品市場における「企業」の位置づけを確立していく。

支援活動の予算

Case 1

当社モニターを活用し
小さな動きで有効な販促策
を検討します。
(テストマーケ&情報収集)

予算：20～30 万円

Case 2

既に検討している施策が
ある時は、併用してモニタ
リングを行い、施策の有効性
や成果の検証を行います。

予算：20～30 万円

モニター力（消費者による検証）を活かす活動

Case 3

具体的な課題に対し「提案を形に」します。
例えば、いきなり「折り込み」では初期投資が大きく消費者のリターンが読めない

- ① セコムの健康食品をどのようにアピールすれば、消費者に商品の差別化が伝わり、消費者の購買モチベーションが高まるか、コミュニケーションコンセプト（ex. チラシやDMにおける訴求ポイント）を具体化する
- ② ①を当社モニターにより検証。反応を数値化し、活動を大きくした時のリターン率を計測。
- ③ どのようなプロフィールの消費者が「セコムコンセプト」に関心を寄せたか…を把握し、ターゲットを具体化する。 → 拡販戦略へ

予算：80 万円～

いずれもモニター活用を前提とします。Case や活動規模に応じて異なります。