女性にやさしい売り場提案とは？

◆以下のように商品特性と女性の消費マインドを整合させて確かな販売効果を得ることが目的。

コンシューマ商品	×	女性の選択･使用マインド
◆映像記録メディアとしてのＤＶＤ		◆女性が自分で録画、編集･ダビングするために録画用ＤＶＤを購入する
◆音楽記録メディアとしてのＣＤ		◆女性が自分でデータを取込み、編集･コピーをするために録音用ＣＤを購入する

・どのような商品分類が女性にとって「やさしい」のか明らかにし、女性による消費が活性するようなコミュニケーションを行う

どんなニーズのある女性が？ ⇒ 店頭でどのように商品を選ぶの？

・ＫＥＹとなる女性像を明らかにする

・ＫＥＹとなるニーズを明らかにする
生活の中でどのような接点があるのか･･･など

・ＫＥＹとなる選択マインドを明らかにする

・用途によって異なる選択マインドを把握しておく

女性にやさしい売り場提案切り口

◆キャンペーン商品個別に「録画・ダビングライフをより効率的にするツール類」をプレゼントするというＩｄｅａなども有効だが、女性も「私が家庭でイニシャティブをとらねば・・・」というような抜本的な必要性を喚起する。

例えば

出産を控えた
マタニティミセスを対象にした専用コーナー

※四季折々変化のある売場づくり

出産準備の１つとして、ＤＶＤ編集や
ＤＶＤ選択のための基礎知識は必要

狙い

●マタニティミセスをＤＶＤ購入女性のエントリー層として位置づける

●乳幼児ミセスを視野に入れた展開を行う

ブランド＝大切な赤ちゃんや家族の記録をいつまでも大切に守り、応援するブランドとして、常に店頭訴求を続けていく

取ったら
ＤＶＤに
しっかり
保存

「オリジナル原版」
をしっかり管理
しよう

Ｃｏｐｙして
おばあちゃん
おじいちゃんに
ＤＶＤレター

ＤＶＤ選択
ガイドブック

ママと
赤ちゃんに
やさしい

◇意識・用途に合わせた提案商品の絞り込みが大切です。

ママが悩まず
選べる提案

・ビデオカメラ用記録媒体

・映像・編集・ダビング用記録媒体
　使用ハード：レコーダー/ＰＣ

◇特にハードとの互換性は重要ですので
女性消費者の視点にたった商品特性を
わかりやすく伝えるための、各種商品情報
をお知らせください。

◇打合わせにおいて重要な要素