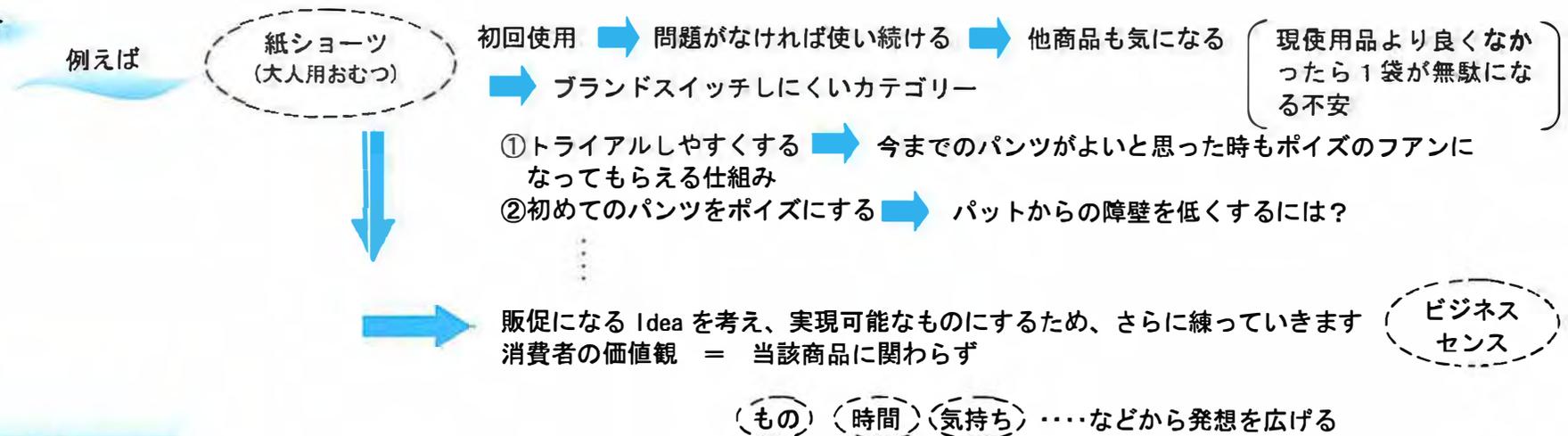


新発売！お出かけショーツの販売促進を消費者目線で展開する活動

活動コンセプト

- ☆消費者の獲得に結びつく、実のある施策（販売実績をしっかりと積み上げていく活動）を立案する活動を行います。代理店や販促会社の“やることに意味がある”ものではなく、消費者のニーズや気づきを喚起し、消費を育成していく施策が望ましいという考えに基づく販促案を開発します。
- ☆「販売店の取扱促進」、「初回購入促進」、「リピート購入促進」を着地点とし、消費の循環が生めるような地道な活動も視野に入れます。

活動の考え方



活動内容について

- A 販売促進案の提案・ブラッシュアップをワークショップ的に進める活動
- B…Aに基づき実施に向けて詰めていく活動（実施会社の探索など）
- C…A Bから実行部門の責任を担い、手足となり進めていく活動

Aの企画内容によってB C実施（実行）のサポートが可能です。内容や進捗状況に応じてご相談ください。

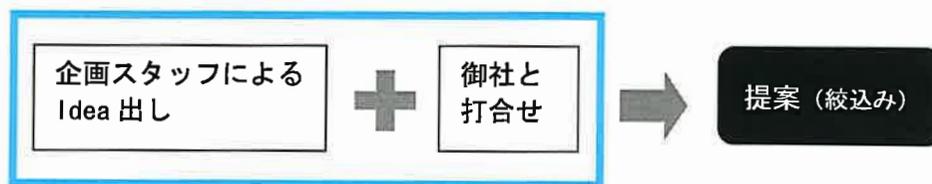
活動内容のステップ

STEP 1

予算を 29万円 とし、販売促進アイデアを出していきます。

*前頁「活動の考え方」をご参照ください

- ✪ 接点者(ターゲットとなる消費者)の実状を想定しながらどんな販売促進策があるのか、Idea を広げます。
「ライフスタイル」「外出行動」「カテゴリ商品(紙ショーツ)との距離」(尿トラブルの実態と気持ち)、
「商品選択における接点度合、関連商品の使用(経験)」「購入スタイル」「使用スタイル」等



*消費マインドを理解するために HUT 調査 FA パーツ案の資料をお預りします。

*不足がある時は、消費者の実態を引き寄せる為に想定ターゲット数名のデプスが行えるとベストです。

*前頁「活動コンセプト」をご参照ください

STEP 2

Bの活動は**A**の販売促進企画を実行に向けた活動として予算を29万円の枠内で行います。

Cの活動は初回導入促進の為の施策の1つなのか、同時に複数企画の具体化に向けた動きを作るのか等によって異なります。

STEP 2の着地点が明らかになった段階で全体予算の中から進行管理費として実施費に含め予算立てをいたします。