

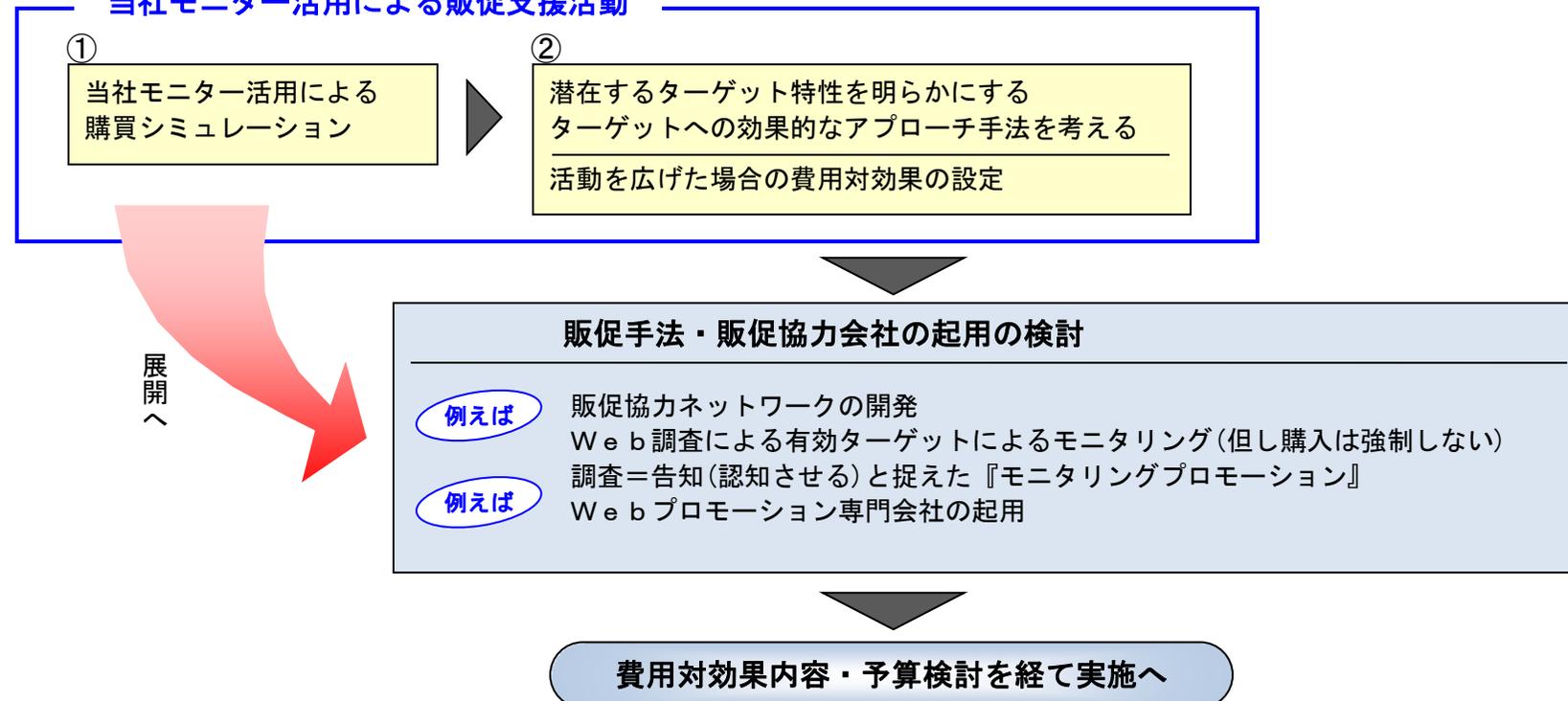
## 1 目的

高品質健康食品の販売促進施策の一環として「ユーザー獲得の道筋を探る」活動です。

商品力があっても販売に結びつきにくい時代に、①潜在するターゲット像を可能な限り具体化（〇〇を愛用している人、〇〇な人が、ローヤルゼリー&ピクノジェノールに関心を持つ、価格的に〇〇以上の定期購買者が有効など）、②どういうコミュニケーション（トライアルキットなどのキャンペーン、定期購入の割引、相談サービス、体験談、安全性分析検査など）が購買を後追しするのか、また、他社と比べて競争力はどうか本活動の考察から販売促進策について提案を行います。

## 2 活動フレーム

### 当社モニター活用による販促支援活動



### 3 活動内容

#### ①当社モニター活動による購買シミュレーション

健康食品購入定着の中から、高品質商品利用者の協力を得て、〇〇〇の健康食品にアクセスする

➡ 「〇〇〇の健康食品」に対する購買モチベーションをシミュレーションする。  
HPを見ながら自身の購買マインドをレポートイング。

例えば

- ・信頼性／現使用メーカー比較による魅力（商品面／購入システム面）
- ・からだ〇〇〇シリーズのラインナップに対する購入意向

➡ 購入者（自分の意志尊重・購入サポート…例えば品代の〇%を謝礼で還元）

↓  
1～2ヶ月後の購入継続状況と背景の確認

#### 当社保有モニター実状から活動キャパを考える

\*実数ベース

サプリメント購入者 N=821

| 購入チャネル   | MA   | SA   | 年代       |
|----------|------|------|----------|
| ドラッグストア  | 437名 | 297名 | 20～50代   |
| 通販（ネット除） | 288名 | 201名 | 30～60代以上 |
| ネット通販    | 184名 | 102名 | 30～50代   |

200名キャパから  
有力な仮説  
ターゲットとして  
50名に絞り込む

\*200名と直接コンタクトすることにより、リアルな競合環境を明らかにすることも可能です。

### 3 活動内容 (つづき)

## ②潜在するターゲットを明らかにし、ターゲットへの効果的なアプローチ手法を考える

### 高品質サプリメントユーザーの利用チャネルから消費現場の広がりを想定

#### ドラッグストア チャネル

若年層のダイエット美容ニーズも多いが、中高年齢層や体質による保健薬・健康食品利用者も多い。

例えば 薬用酒、高級素材健食利用など

#### インターネット 通販

若年層の利便性に支えられている他、瞬時に価格比較ができることなどから、割引指向者、少しでも安価に購入したいという消費マインドのユーザーも多い。高額なものも割引率重視。

#### 通販

メルマガ等も多く受取っており、配信＝購入に結びつくとは限らない。電話やFAXなどアナログ手法でPC利用を少し億劫に感じる層が、手軽に思いついた時に活用する。特に「カタログを見る楽しみ」を与え、気持ちの高まり➡購入に結びつきやすい。

## 高品質健康食品ターゲットの抽出

当社モニター健康食品接点者のデータベースをもとに、本人の受容性やトライアル意向から対象者を抽出します。このプロセス結果からターゲット特性(ex.競合商品、アイテム)を具体化することも可能です。

\* この結果をもとに、同販促手法を拡大することが有効です。

## 4 活動の展開について

どのようなターゲットセグメントをするべきか、また、プロモーション手段の有効性が明らかになった上で、Webマーケティング（例えば、NTTコム）の機能を活用した今後の販売促進策を計画する。

\* 様々なSP会社のメニューを知り得ていますので、御社指定業者から、新たな業者のピックアップまで、消費者から見た有効性がどうか、という視点でご相談ください。

\* 製薬メーカー様での実績など、経験豊富なスタッフがサポートいたします。

### ■予算（案）

\* ①②の活動予算です。

|   |     |
|---|-----|
| 1. 活動計画<br>活動プログラムの具体化と仮説                       | 30万 |
| 2. 購買シミュレーション活動<br>・ マニュアル作成、対象者抽出<br>・ 活動管理・謝礼 | 30万 |
| 3. 活動レポートの収集<br>・ 要約レポート                        | 無料  |

---

合 計 M I N                      30万円～60万円（税別）