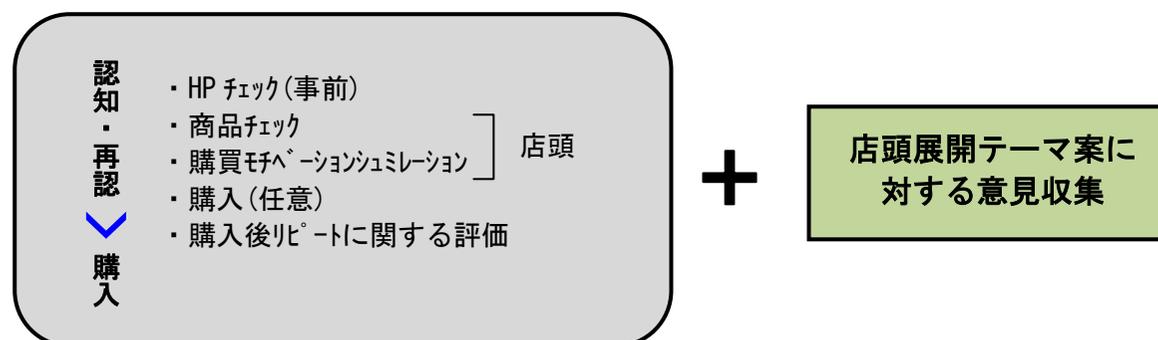


新製品『加工食品』店頭展開テーマ案

- ◆現状の店頭をモニタリングする活動を行い、消費者購買モチベーション促進策を考えます。同時に、今回ご提案している展開テーマ案の検証を行い、対流通の提案活動に結果を反映させるものとします。



*稼動モニター人数は、販促効果も考慮し、MAX 500名を想定していますが、目的に合わせて流動的に設定するのもよいかと思えます。

店頭展開テーマ案

新商品「加工食品」

ちょっとイタリアンな
「プリモランチ」



今日の気分で選んで...



今日の
パートナー

- ◆女性利用者の多いCVSやナチュラルローソンのパン売場とリンクさせた提案を行います。
 - ◆スーパーのインスタアベーカーリーで、ランチタイムセット商品のコアアイテムとして展開します。
- * 野菜ジュース、レトルト野菜スープ等「イタリアンランチ」の提案

新商品「加工食品」

チーズ×押し麦ラインナップ
でチーズ好きにはたまらない

とろーりチーズでカスタマイズ
「チーズ売場」



いろいろな味わいが選べます！
ドリア&リゾット



お好みの
チーズをたっぷり
入れて！

- ◆スーパーのチーズ売場におすすめです。
- ◆当該新商品（加工食品）シリーズのラインナップはどれもチーズとの相性がぴったりです。

店頭展開テーマ案

新商品「加工食品」

「ワイン売場」

ワインとトマトベースリゾット&ドリアは
相性がよくイメージも合う



ワインの木箱に
ラインナップ

- ◆ワイン売場にはナッツ・おつまみ類
チョコ(ゴディバ)が関連販売されています。
 - ◆ワインと軽食というスタンスで、ワイン売場
に対し新たな提案ができます。
- *チョコやおつまみに比べると割安に感じる

「冷蔵アルコール飲料売場」



からだにやさしい
押し麦ごはん
シリーズ



- ◆CVS、スーパーの冷蔵アルコール飲料売場
で1本買い→惣菜売り場へという購買行動が
定着しています。
(特に遅刻営業時間に利用がよく見られます。)
- ◆当該新商品(加工食品)シリーズの価格は、惣菜
に比べるとお得感があります。