ＫＡＴＥブランドの強味・弱味の仮設

❤強味

- 店頭カバー率が高く、“セルフでメイク”と思い当る店のほとんどで目にすることができる。

- カワイイ・デコ系ブランドが台頭する中、カッコイイ路線を貫いており、シーズン毎に展開されるブランドイメージが踏襲されている。

- 商品的には使いやすく価格も手頃で質実剛健。
  商品的には消費者の期待を裏切らない信頼感がある。
  配色の組合せも、ぜったい失敗しない無難な色合わせでアイカラーまわりにファンが多い。

❖弱味

- ケイトに限らずセルフメイク全般に言えることだが、商品やテスターの保守・補完状況が購買意欲にハネる。
  “あまりよい状態ではない”という印象があるブランド。

- キービジュアルとして展開されるブランドイメージが前衛的なのに対し、商品が「ふつう」のためイメージのギャップがぬぐえず、双方のイメージがブランドイメージとして共存している。

- 外出時の持ち歩き用には使いたくない貧相くささがある。
  持っていても「それどこの？」と聞かれることはなく、使っているところを見られたくないという位置づけ。

2010. 2
株式会社ウィズプランニング