

女性向けインナーイヤーステレオヘッドホン販売活性化のためのサポート活動 ご提案

目的

伸長カテゴリーである女性向け 1000 円前後のイヤーステレオヘッドホンへの注力をサポートする活動です。
店頭における競合環境が激化するなか、商品およびパッケージデザインの表示要素が、より魅力的になるよう側方支援をいたします。

商品特性から以下のようにターゲット（消費者）をイメージします。
それぞれの「ターゲットに買ってもらうには、どうすべきなのか」を意識することが大切です。

実売に結びつけるには消費者のどの
選択眼に注目するか、がポイント

◆消費者を分けてとらえ、どちら（又は両方）の何を、を意識した施策かを明確にして取組みます。

初めて購入するファーストユーザー



このカテゴリーを初めて購入する人。店頭でサンプルを装着したり、友人の意見を聞いたり、視聴したりする女性もいれば価格とパッケージを見てサッと選ぶ女性がいる。

リピートユーザー



リピートの背景もポイント、「現保有品の〇〇が気に入らない」「よかったのでバリエーションが欲しくなった」「壊れた」など、様々なユーザーを想定する。

* 展開事例をみると、店頭で見た時にキュート、装着した時がアクセ感覚、装着感がよさそう×色、パッケージが可愛い、悩んで選ぶのが楽しい、使用シーンを想定すると便利…etc. 消費者ニーズを意識したコンセプトで展開している

活動内容(案)

目的	活動概要	予算
現状をベースにした 販売促進の視点	❖商品の愛称、思わず買ってみたくなるベネフィット、競合品と比べた差別化要素の見せ方（キャッチ、呼びかけ）を現行品をベースにアイデアゼネレーションを行う	企画・ミーティング 20万円 * モニターによる +10~15万円 店頭チェックや商品試用を含む
商品案・試作品 (リニューアル・新製品) の受容性検証活動	❖商品案や試作品の段階で、より魅力的になる要素出しを行う。 ❖特に消費者（リピーター）が何を重視して選んでいるか、等少数人数ながらも一歩踏み込んだ情報収集をコンパクトに行い、製品化に反映させる。 ❖パッケージ(外装)及び、コミュニケーションワードについてアイデアゼネレーションを行う	企画・ミーティング 25万円 * 検証調査 +30~45万円 (ミニ定性を含む)