

## 女性にやさしい売り場提案とは？

◆以下のように商品特性と女性の消費マインドを整合させて確かな販売効果を得ることが目的。

コンシューマ商品



女性の選択・使用マインド

◆映像記録メディアとしてのDVD

◆女性が自分で録画、編集・ダビングするために録画用DVDを購入する

◆音楽記録メディアとしてのCD

◆女性が自分でデータを取込み、編集・コピーするために録音用CDを購入する

・どのような商品分類が女性にとって「やさしい」のか明らかにし、女性による消費が活性するようなコミュニケーションを行う

どんなニーズのある女性が？



店頭でどのように商品を選ぶの？

- ・KEYとなる女性像を明らかにする
- ・KEYとなるニーズを明らかにする  
生活の中でどのような接点があるのか・・・など

- ・KEYとなる選択マインドを明らかにする
- ・用途によって異なる選択マインドを把握しておく

# 女性にやさしい売り場提案切り口

◆キャンペーン商品個別に「録画・ダビングライフをより効率的にするツール類」をプレゼントするというIdeaなども有効だが、女性も「私が家庭でイニシアティブをとらねば…」というような抜本的な必要性を喚起する。

例えば

出産を控えた  
マタニティミセスを対象にした専用コーナー

※四季折々変化のある売場づくり

出産準備の1つとして、DVD編集や  
DVD選択のための基礎知識は必要



◇意識・用途に合わせた提案商品の絞り込みが大切です。

狙い

- マタニティミセスをDVD購入女性のエンタリー層として位置づける
- 乳幼児ミセスを視野に入れた展開を行う

ブランド=大切な赤ちゃんや家族の記録をいつまでも大切に守り、応援するブランドとして、常に店頭訴求を続けていく

ママが悩まず  
選べる提案

- ・ビデオカメラ用記録媒体
- ・映像・編集・ダビング用記録媒体  
使用ハード：レコーダー/PC

◇特にハードとの互換性は重要ですので女性消費者の視点にたった商品特性をわかりやすく伝えるための、各種商品情報をお知らせください。

◇打合わせにおいて重要な要素