

# 浄水器ユーザーによる店頭活動プログラムのご提案

回答者：既婚主婦(首都圏在住)

N=1019



◆住設への関心が高く浄水器使用率の高い当社モニターによる店頭チェック活動

現使用状況の詳細 ▶ ポット型保有・実状の確認

未使用関心者を抽出 → 店頭チェック

550名

460名

ポット型浄水器併用の可能性確認

ポット型浄水器への関心度確認

ポット型浄水器(他社)買替えニーズの確認

## ①活動ステップ予算

- \* 浄水器特定ブランド  
ポット型浄水器資料同梱併用による  
関心度スクリーニング(約 2500名)……38万  
ex. 発送サプライ・通信費
- \* メール・FAXのみのスクリーニング  
(約 1500名)……10万

## ②活動ステップ予算(案)

- 入力・集計まで  
40名のケース……55万
- \* 今後の課題  
ミーティングと  
資料作成……5万

多角的な情報収集

◆浄水器売場における御社ブランド併用のポテンシャルチェック  
〔商品魅力・コミュニケーション力・インセンティブ・価格 など〕

\* 御社よりチャネル店舗情報のお預り

◆購入意向チェック  
御社ブランド購入意向と背景

購入者限定

購入の決め手/使用感想

情報・コミュニケーションパネル 1000名

\* 情報を与え、プロモーション効果を測定するパネル一群