

化粧品による新規顧客獲得施策 → 新商品の実売を確保する支援活動例

- 例**
- ☆商品の規格が決まっている（シリーズ）
 - ☆コンセプトワークがすすみ、新規顧客開拓を目的とした施策のツール作成が進行中
 - ⇒ 新規顧客開拓のために「コミュニケーションコンセプトの強化」が急務

1 新しい発想で「ターゲティング」を行い **進行** しながら **軌道修正** ▶ **対応** できる、「柔軟性」と「可動性」のあるシステムがよい

どのような消費者を
ターゲットとするか？

これまでの
ターゲティング

例えば
20~30代で
敏感肌
乾燥肌

* 「敏感」「乾燥」は今やすべての消費者が申告する
* また、市場にはターゲットを同じくするスキンケア
ブランドが山とあり、過当競争に巻き込まれる

例えば 年代、肌タイプのような一般的属性の枠を取り払い、ターゲットを想定する

□ 一般的なスキンケアに問題意識がない消費者を取り込むために必要なことを考える

誰に？

現状不満はない＝お手入れ意識が啓発されていない

現使用品に不満がない＝商品ロイヤリティがある訳ではない

こんな
人

『情報提供』次第で取込みやすい消費者を狙う

当社の支援内容

◆ 確かなターゲティングと提供情報内容の提供

- ① ミーティング&レポートのワークショップ形式をとります。
- ② 進行に合わせた各ツール作成段階において『実売に結びつく』要素・提案を行います。
- ③ 社外プロジェクトメンバーとして活動します。

2 消費者が「試してみたいくなる」コミュニケーションコンセプトを練り上げる活動

◆既存商品をはじめとするお客様が「新商品（リニューアル品）」を試してみたいと思える道筋を、あらゆる方向性から作りあげる活動。導入（初回購入）だけでなく、他に使いたいスキンケアがあっても「これだけは切らしたくない」という位置付けを目指す。

視点1 「新商品」＝現使用品の売れ替えではなく「マストな一品」を目指す

プラス **ONE** したくなるアイテム

*もちろん入れ替えも大歓迎

その場合は、例えば“使用量が増える”提案を行う

視点2

消費者にとことん寄りきる
“お客様のために…”など聞き飽きた表現は一切使用しない

何がよいのか？

これでよいのか？

スキンケアに迷う女性の声を拾い続ける

⇒ 独自の編集を行い伝える *押しつけは一切ない

視点3

消費者とつながる**代表社員**をコミュニケーターとする
但し「ただ者ではない」設定がよい

例えば

えっ？

すごい！

> 化粧品の歴史を知りつくしている
> 化粧品フリークやVOCE読モをはるかにしのぐ知識量

信頼できる！

視点4

化粧品選びの**共感**を得る

視点5

商品が評価されやすい使用条件を徹底的に研究し伝える

使い方

使うタイミング

・・・etc.

当社の支援内容

◆「ありがち」ではない「リピート購入に結びつく」双方向コミュニケーション情報の提供


- ①社内的な進行ステップに合わせ、『実売に結びつく』要素・提案を具体化します。
- ②当社モニターを活用し、斬新な情報開発を行い、提案に活かします。
—新しい施策のHINTを見つける活動—
- ③社外プロジェクトメンバーとして活動します。

3 消費者の「クチコミ」を広げていく活動

◆消費者のニーズに対し商品が溢れている化粧品市場において、収益を上げるところに到達することも至難である。早期回収の仕組みを作り上げる **情報力** より **購買力** を意識する。意識すれば認知者における購入者率(*)、購入経験者率における現購入者率の引き上げを目標とした施策を優先して行う。 (*)QVCはこの象徴。

2で練り上げた情報コンセプトを実践しながら修正をくり返す。成功の道筋が明確になったコミュニケーション要素を徐々に拡大する。

例えば

発売後  商品品質モニターに対する検証
2で練った情報の受容度・受容の方向性を確認

消費者の行動を読み抜き、プロモーションに活かしていく
(モニター活用 → サンプル提供でコストダウンを考える)

* Webの発展により「消費者全員モニター」の時代になっている。
(消費者がモニターに慣れ親しんでいる)
真のモニター(消費者)を抱えるネットワークとの共同プログラム

例えば

修正すべきところを改良し、Web会社を活用したマーケティングに可能性があるか考える。

今までにない

ファンクラブを作り、草の根的に広げていく
* フムスファンの育成
* 古代自然成分へのこだわり

パワーストーンならぬパワースキンケア

* 鉱物(ストーン)・化石・藻類・“古代の恵”

当社の支援内容

◆実践を支援する活動、及び消費者ネットワーク情報の提供

- ①社内的な進行ステップに合わせミーティング&活動の具体化支援
- ②高品質消費者モニターを有する機関を活用した施策の企画、及び実施サポート
- ③情報の検証、及びブラッシュアップを社外プロジェクトメンバーとして活動します。

■参考予算

* 期間は暫定的な設定です。①~④はメニュー別参考予算です。

①ミーティング&レポートを行うワークショップ

* 期間は1~1.5ヶ月 1~2Wに1回のミーティングを含む

30万円

②企画立案+ワークショップ

* コンセプトやキャッチフレーズなど、企画提案を行いながら①のワークショップを行う
コーディネートなど実働を伴う場合も可能な限り予算内で対応

50万円

③モニター活用

* 目的に合わせて稼働するため、費用を抑えたいところです。内容・規模により変動

10万円~

④モニター活用+企画提案

* ③を活用した提案レポート

30万円

<備考>

- ・消費税は別途となります
- ・おおよそ1ヶ月~1.5ヶ月の活動を想定して計っています。

当社プロジェクトスタッフ

進行状況・スケジュール・予算に応じ、適任スタッフが活動します。

企画推進マネジメント

モニター、及びプランナーのマネジメント。クライアント企業とのコミュニケーションを担当し、現場で生み出されるすべての情報とクライアント企業とのマッチングに関わる。大手銀行人事企画部勤務時代に培った、人的なコミュニケーション力と抜きん出た情報処理能力でマネジメント業務に携わる。マーケティング業務の起点も人と人のつながりや信頼関係がベースになると考え、循環型のオーダーメイドの活動提案を行う。社内の大黒柱的存在。

消費戦略プランナー

化粧品、食品等一般消費材の商品開発、及びコミュニケーションコンセプト立案のスペシャリスト
流通・サービス商材も扱う。
三井物産(株)勤務時代に、新入社員の入社前指導者として社員教育に携わる。
その後、人材派遣会社(パソナ)にて、代表者である南部靖之氏のもとで企画・マーケティング業務に従事。人材マネジメントの他、宝飾・食器・車・など高額商材のセールスマニュアル制作経験が豊富。
国内NBメーカー及び、流通・サービス業各社の商品開発調査、およびマーケティング業務に多数携わる。

- ・東京商工会議所カラーコーディネーター検定試験2級認定講師
- ・色彩学会会員

マーケティングライター

株式会社電通マーケティング局勤務時代に、グリコ、明治製菓、味の素、ユニ・チャーム、日産自動車の商品開発に関わる。
美容・健康・食に関するネット各種サイトに関わるマーケターとしての職歴をいかし、取材・執筆活動を行う。
化粧品・美容関連業務全般に関わり、特に専門家・流通インタビューをはじめ、商品まわりの情報収集を担当。

- ・米国カラーミービューティフル社 カラーコンサルタント

マーケティングスタッフ

国内NO.1メーカーのオフィス機器インストラクターの経験を生かし、消費者からみたデジタル機器のニーズや使い勝手の分析業務を担当。業務の大半はOA機器と接している。
専門の多くは、化粧品、美容関係、健康食品、スポーツ飲料のマーケティング分野。
特に化粧品の豊富な知識を生かしデータベース化を作成しており、定期的なデータ分析を行い、クライアント各社に提供する。最近では幼児教育ビジネスや教育問題に詳しく、消費者として情報発信を行う。

- ・草月流師範
- ・幼稚園保護者会長、小学校PTA役員
- ・テニスJOP大会出場
- ・水上スキーによる東京湾横断

マーケティングプランナー 専門は化粧品などパーソナルケアカテゴリにおけるプランニング全般

クライアント企業の懐深く入り込んだ活動で、豊富な経験に基づく提案を得意とする。
10数年勤務した大手製薬メーカーの化粧品部門・薬粧部門では、フィールドコンサルタントとして取引先企業(薬局・薬店・ドラッグストア・化粧品専門店)向けセミナーや、商品説明会のエリア責任者を務め、巡店経験を生かした企画から実施までを手掛けた。
百貨店ブランド担当時代にはB/A教育・指導者を務め、化粧品・パーソナルケア品分野においてマーケティング、商品開発、広報にわたり幅広い業務経験を有する。

- ・オイルマッサージ技術指導者(麹町リバース)
- ・カラーコーディネーター(日本ビジネスカレッジ)

マーケティングプランナー 専門は情報流通開拓プランニング

販路開拓の途上にある一般消費財に関して、インターネットメディアプランとリアル店舗開拓のツウウェイ提案から、実売に結びつく成果を上げている。
株式会社電通リサーチ(現電通マーケティングインサイト)において、自動車・食品・通信・メディア企業等に対するマーケティングリサーチ・コンサルティングに約10年従事。
ウェブリサーチをはじめとするウェブをベースとしたマーケティングインテリジェンスビジネスに関する新規事業開発に専門的に携わる。
企画会社の営業開発プランナー、ITポータル会社の新規営業開発、およびコンサルティング事業(環境事業支援メディア開発など)に携わる。

- ・マーケティング協会(JMA)主催
- ・若手マーケターのための「インターネットリサーチ講座」講師担当(共同)

[>>スタッフプロフィール](#)