

当社モニターコンタクト機会では漢方薬シリーズの消費活性を目的とし、性別・世代を幅広くとらえた漢方薬利用の道筋を明らかにするメニューをご提案いたします。

予算

50万円以内

手法

当社モニターコンタクト機会の利用

ステップ

- ➡ ① 独自の設問票(A4 1枚)を同封 ※現在は zoho サーベイ  を活用しています
- ➡ ② 条件該当者のみ返送 ➡ 該当者謝礼
- ➡ ③ 条件別カウント *集計ではありません。謝礼対象者抽出と条件別人数の把握を目的とします。
- ➡ ④ 謝礼対象者に謝礼発送



本年度以降の活動で
耐久力ある情報として
活用生活者

情報収集内容(案) *本人、夫、親(同居の有無は問わない)、子

- ✧ 日頃の健康保持・改善への取組み状況 * 通院/OTC薬・漢方薬/健康食品・商品
- ✧ 健康食品・商品の購入決定のプロセス(ex. 雑誌・TV・クチコミ……etc.)と継続状況(実感との関連性) * 実感がなくても続けているのか?
- ✧ 放置している、又は対処不十分の健康上のマイナス要素
 - 治したいけれど治らないまま放置(しかし治したい思いがある)
 - 時々気に向いた時に対処している、だけど抜本的に解決していない
 - ex. 魚の目、タコ、吹出物のようなもの、いぼ、肩こり、便秘気味、外出時に疲れやすい、立っている時間が長い時の下肢のだるさ、足のむくみ、ふとした時に感じる腰痛・膝痛(年齢がいくと影響がでるのではとの思い/特に古傷)
- ✧ 健康上のマイナス要素(状態)で薬を服用する時
 - どういう時/どういう期待をして、どのような改善で“よし”としているのか
- ✧ 年齢とともに感じる症状 * 漢方薬に対応する項目
 - (目のかすみ、手足のだるさ、手足のしびれ、腰痛、下肢痛、疲れやすい、冷え、ひん尿・残尿、尿もれなど排尿の悩み
 高血圧に伴う症状(頭痛、肩こり、目まい))
 - 本人及び夫の該当症状申告