

■活動プログラム	高感度VS (バラエティショップ) 利用活性コスメビギナー (18~24歳/学生・新人OL層) によるエッセポテンシャルチェック活動
■活動目的	<p>(1) エッセの注力先であるVSにおけるエッセの総合的なMDパワーを消費者の視点からチェックする。チェック内容は大別すると①エッセコーナーの個別評価と、②周辺競合ブランド (ex. ケサランパサラン、ポビーブラウン、メイベリンなど) との比較によるものである</p> <p>(2) 活動にあたっては、消費者モニターの質的要素を重視し、消費者の視点に立ちながらも、マーケティングセンスのある情報をフィードバックできる高感度モニターを選抜し、実施するものとする</p>

活動フロー	活動内容の詳細	所要期間	活動予算(概算)
1. 高感度モニターを選抜	<p>◇実施に当るモニターを選抜を行う</p> <p>大学生 5名(予定) } 18~24歳女性モニターに対しVS利用状況 } 10名抽出 VSコスメに対する関心度をTELにて事前ヒアリング } ヤングOL 5名(予定)</p>	5日~1W	①高感度モニター抽出(10名) 15万 ・事前TELヒアリングなど
2. モニタリング項目の抽出 モニタリングフォーマットの作成	<p>◇モニタリング内容の決定 / モニター個別プロフィール…愛用コスメブランドなど</p> <p>①エッセの個別評価 ・印象度/関心のもてるコーナーか ・商品の見やすさ/選びやすさ/気軽さ (コーナーレイアウト、コーナーの雰囲気) ・テストやツールの使いやすさ/気軽さ</p> <p>②競合ブランドについて/競合比較でみる「エッセ」の魅力度評価 ・認知、使用経験等/印象度/関心度/商品に対する印象/テスト/購入したい商品など… VSにおけるエッセの位置づけをどう捉えるか/他ブランド比較のエッセの個性、独創性はどこにあるか、など</p>	店頭における購買心理 1W~10日	②モニタリング内容企画・実施準備 35万 ・調査票作成 ・活動がイグニス企画・作成 (活動ステップ/実施/レポート等) ③モニタリング実施 35万 ・モニターリレーション式 ・モニタリング実行ディレクション ・モニター謝礼 @10,000(+商品実費) ※事前ミーティングの場合は+@1,000
3. モニターに対する実施ディレクション	<p>◇活動上の決まりごと、留意点の明確化とモニタリング指示</p> <p>・選抜女性モニターに対する実施がイグニスの作成 ・ミーティング(又はTEL)によるモニタリング指導/モニタリング状況の把握(ex. 実施ショップなど)</p>	1W	④報告書 60万 ・個票(生レポート) ・要約報告書 ・提案活動
4. モニタリング実施	<p>◇モニタリングは店頭におけるモニタリングと購入商品使用後レポートの2部構成</p> <p>・モニタリングレポートは2部形式とする。特に使用後レポートでは、レポート購入のメカニズムについても把握できるだけの情報収集を目標におくものである</p>	店頭 1W~10日 H.U. 2W 約3~4W	⑤進行管理費(①~④の15%) 21万
5. レポート提出	<p>◇個別レポート…モニタリング生レポート ◇要約レポート…項目別にモニタリング内容の要約。エッセのチャームと問題点を明確にするための基礎資料 ◇提案レポート…要約レポートより強化案、改善案、新施策などのご提案レポート</p>	要約レポート 2W 提案レポート 1W 約2~3ヶ月	計 166万円 ※②モニタリング内容企画・実施準備、および④報告書についてはモニタリング内容のボリューム、内容密度等により異なります 「みっちりとした情報収集」を前提に仮算出しました