

事例

リビングプロシードプロモーション事例

大手メーカーA社「飲料」

リビング・パートナー 超☆クチコミサンプリング事例

**主婦ターゲットの新飲料を、リビング・パートナーがモニタリング。
アンケートの高評価者を抽出し、友人知人へ手渡しサンプリング。
正確な情報が伝わり、良質なクチコミを広げることができた。**

主婦層をターゲットとした新しいタイプの飲料をサンプリングするにあたり、クチコミ発信力の高い人に、商品の特徴をしっかりと伝えることで、正しいクチコミを広げたいという要望をクライアントから受けた。

そこで、まず本人が商品を試し、アンケートに回答。

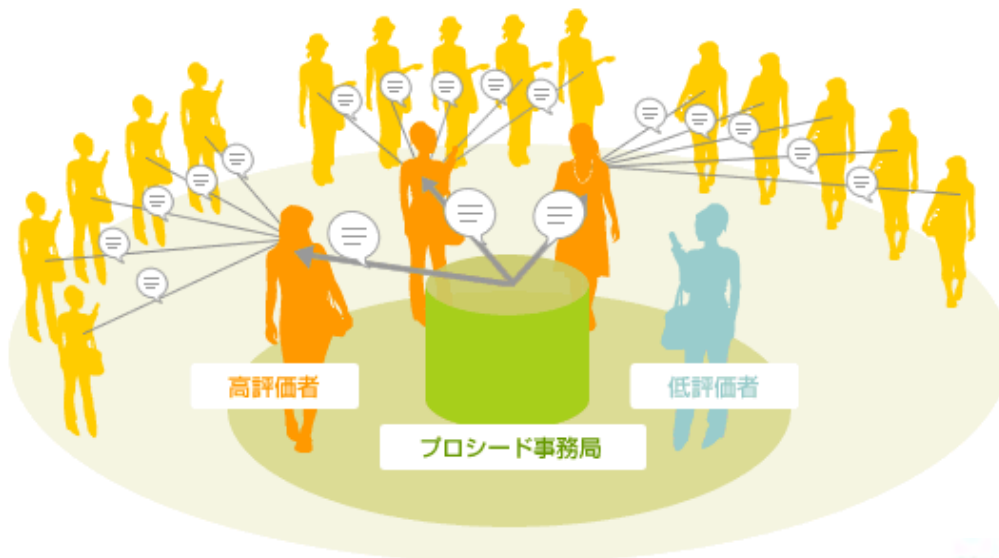
高評価のリビング・パートナーを抽出し、友人知人5人に手渡しサンプリングを実施した。

モニター、サンプリング実施時にリーフレットを同梱、商品特徴を伝達するとともに、本人、友人知人ともに1カートン6本を試飲することで商品の良さを実感してもらい、良質なクチコミを波及する事に成功した。

テスト展開であったが、モニターの約半数が購入意向あり、サンプリング事後アンケートでも7割以上が商品に気に入り、6割以上がすでに購入または購入意向ありという結果で、エリアを拡大しての実施を検討されている。

<実施概要>

プロモーション種類	超☆クチコミサンプリング
クライアント	某メーカー
開催エリア	近畿圏
実施時期	2011年夏～秋



リビング・パートナーの特徴

リビング新聞グループの活動に協力する「リビングファン」、リビング新聞を配布している「リビングレディ」によって構成された女性マーケティング組織が「リビング・パートナー」です。



「素の生活者としての視点」からの、さまざまな情報提供やメッセージの発信をはじめ、付加価値の高いマーケティング活動までを、詳細な属性情報のデータベース化による“顔の見える”ネットワークで、効果的かつスピーディに行います。