

## 事例

リビングプロシードプロモーション事例

# シューズメーカー リビング・パートナーの夫対象 意見収集座談会（男性限定）

## 50代男性現役ビジネスマン限定座談会を実施！ リビング・パートナーの夫を対象に、ビジネスシューズに関してリアルな 意見を収集。商品開発、PRツールへ活用も！

紳士ビジネスシューズの開発にあたり、50代男性ビジネスマンへの意見収集座談会を実施した。

対象は50代の現役ビジネスマンだったので、リビング・パートナーの夫へのリクルーティングを実施。  
日ごろ仕事でどの程度歩くか、ビジネスシューズ／普段履きのシューズ選びで重視する点は何かなどのスク  
リーニング項目を設けてリクルーティングを実施。最適なパネラー6人を選定した。

参加者は現役ビジネスマンのため休日に実施し、多岐にわたる意見を収集することができた。

当日の様態と収集した意見は、今後の商品開発に生かすと共に、クライアントの商談用資料に活用予定。

### <実施概要>

プロモーション種類	意見収集座談会（男性）
クライアント	シューズメーカー
開催エリア・人数	兵庫県神戸市・6人
実施時期	2013年1月

### リクルーティング項目

- ・ 男性
- ・ 50代
- ・ 現役ビジネスマン

⇒リビング・パートナーは女性組織だが、女性だけでなく、ニーズにあった有効かつ品質の高いパネラーをリクルーティングできた事例。



## 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。



30万人の“リアル”なモニター組織で、2万6千名のリビング・パートナーを核として、家族や（夫や子供、祖父母...）を対象に、さらにはご近所の友人、スポーツや趣味のコミュニティまで広げて、有効なパネラーをリクルーティングすることが可能です。