

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 難条件シューズモニター & 意見収集座談会

**年齢、外反母趾指定の難条件リクルーティングにも対応！
25～35歳/外反母趾/靴サイズ指定の対象者に、新商品シューズの
モニター、グループインタビューを実施し意見を収集。**

20～30代対象の外反母趾にやさしいシューズ商品の開発・プロモーションにあたり、商品のモニター&意見収集座談会を再度実施した。

モニター対象年齢は25～35歳で、外反母趾であり、さらに靴サイズ指定だった。
難条件のリクルーティングにあたり、OL組織City'sとリビング・パートナー両方からリクルーティングを実施。
難易度の高いリクルーティングを完遂し、条件を満たすモニター12人を選定した。
参加者は商品を一定期間試し、アンケートに回答した上で、グループインタビューに参加。
靴選びのポイントや購入場所、履き心地、デザイン、店頭ツールなど、多岐にわたる意見を収集し、クライアントから高評価を得た。
当日の様様と収集した意見は、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	モニター&意見収集座談会
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×2グループ
実施時期	2012年9月



リクルーティング項目

- ・ 外反母趾である
- ・ 25～35歳
- ・ サイズ指定あり

⇒12名のリクルーティングを完遂。
参加者は商品を一定期間試し、アンケートに回答した上で、グループインタビューを行った。

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。