

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A社 リビング・パートナー モニター & 意見収集座談会

**50代/外反母趾/靴サイズ指定という難条件のリクルーティングをクリア。
対象者がシューズをモニタリングし、グループインタビューに参加。
様々な角度からの意見を収集し、クライアントのツールにも活用した。**

外反母趾の人向けの機能的なシューズ商品の開発・プロモーションにあたり、商品の情報を収集したいというクライアントのニーズを受け、商品のモニター&意見収集座談会を実施した。

50代で外反母趾の人で更に靴サイズ指定ありという難易度の高いリクルーティングを実施。
条件を満たすリビング・パートナー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を行った。
外反母趾で困っていること、履き心地、デザイン、店頭ツールなど、様々な角度から意見を収集した。
終始活発な発言がなされ、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、店頭ツールに活用予定。

<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3月

リクルーティング項目

- ・ 外反母趾である
- ・ 50代
- ・ 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。