

商品テーマ

水産品 松葉ガニ

購買ストーリー

どんなお客さんが買うのか？

性別、年齢層、職業、収入、ライフスタイル、住んでいる地域

女性が多い、特に主婦、関東特に大きい都市、40、50代の女性、サラリーマン、
 観光客、海が遠い地域、会社で食べる、中流以上の人、一般的な人

どんな動機で、どんな状況で買うのか？・・・購買動機

どんなときに欲しくなる商品か、どんなショップで買いたいかな・・・

ギフト、寒い時に鍋として、お祝いとか人が集った時に、自分へのほうびとして、
 メディアを見て欲しくなった時、店頭で商品を見た時、旅行で見えた時、広告・宣伝を見た、
 知人から聞いた、店頭の商品がなかった、ネットを見て商品を知った、料理番組を見た、
 おいしそうだから、めずらしいから、
 テレビの

その購買動機を我が社はどのようにつかまえるのか？

商品の特長、納期、付帯サービス、ブランド戦略

正式な松葉ガニ(産地のタグ入り)を売る。高級品をアピールする。梱包の差別化をする。
 産地直送で新鮮さをアピール。超新鮮さをアピール。

4つのPのアイデア(商品<プロダクト>、価格<プライス>、販路<プレイス>、広告宣伝<プロモーション>)

商品・価格

(商品の特長、品揃、納期、鮮度管理、アフターフォロー、問い合わせ対応・・・)

54円

13円

1.5万円

3段階で価格をつける。

キロ(重量)売り。

負か高くに応じて納期は決定する。

保冷材で温度管理をする。(新鮮)

販売チャネル

(ECサイト4モデル類型<指名買い・単品リピート・専門モール・総合モール>
リアル店舗との連携・・・)

楽天・ヤフーの総合モールで行ぼう。

広告方法

(集客対策: ネット広告<バナー・メルマガ>、チラシ、DM、放送メディア・・・)

メルマガで行ぼう。