

販促会議 1月号 特集

売りの現場で支持される！

購入意向上を高める 店頭販促ツールの仕掛け方



○特集概要

店頭では、販売増・集客アップにつながる手法やツールをに対して期待があるが、メーカーが制作する販促ツールは廃棄され、また新たな販促企画が店頭意向と合わず実施されないのが実態です。消費者の消費形態やその心理が大きく変化する中で、売りの現場に求める企画や演出法にもより一層の工夫が必要となります。

本企画では、ショッパーの目線に立った店頭販促物やO2Oを実現するデジタルツールなど、様々な切り口から効果的な店頭演出を実現するツールのあり方を紹介します。また、今後さらに活用が見込まれる店頭演出の新たな手法についても触れていき。

○出稿のポイント

■ 店頭販促の有効な手法やサービス、パートナーとしてアピールができます。

店頭企画に際して、効果的なサービス・ツールを探す企業に対して、有効なツール・ソリューションとして訴求できます。

■ 販促・集客のキーパーソンやプランナーに向けてのブランディングが可能。

主には大手メーカーのマーケティング、ブランド担当者、販促担当・責任者、営業企画・推進部門等へのアプローチとともに広告会社、イベント・SP会社のプランナーに対しても情報発信が可能です。

■ 問い合わせの増加や営業マンの営業支援・強化につながります。

問い合わせの増加や、営業支援ツールとして誌面を利用いただけます。

- ① **賢い消費者は”買い場”で何を見て、考えている？**
消費者起点の店頭アイデアづくり
- ② **購買の最後のひと押しとなる、人的販促**
優秀な販売員と購買意欲を刺激するアプローチ
- ③ **ネットからリアルへ。顧客を呼び込む取り組みとは**
デジタルを絡めた新たな売り場への動線づくりと売り方開発
- ④ **効果的な店頭演出・販促支援の手法・ツールを紹介**
設置率を高める、消費者の視線を呼び込むツールの企画





Point 1

大手メーカー、流通・小売 広告会社必見の内容

話題のプロモーション事例を中心に取材し、企画から実施までのケーススタディを紹介。社会で話題となっているプロモーションやキャンペーンなどを中心に、全体像や人をクローズアップ。流通小売からメーカーまで毎号必見の特集です。



Point 2

店頭、デジタル、ショッパーなどを 切り口に最先端の情報を提供

販促の実務に参考になる最先端の情報を提供しています。デジタルプロモーションやソーシャルメディア活用、携帯・スマホ、EC、位置情報、AR活用、デジタルサイネージなど、新しいテクノロジーを中心に、成果を上げた事例などを多数紹介しています。



Point 3

流通小売のトップ、メーカーの ブランドマネージャーなどが登場

- ・流通小売のトップが登場する「トップの現場力」
- ・メーカーのプロダクトマネージャーが成功の裏側を紹介する「ヒットの仕掛け人」
- ・ひとめぼれプロモーションをビジュアルで紹介「クローズ・ビュー」

