

広告費ゼロでHoppyを拡販するプロモーション案





- このスライドはHoppyへ提案することを想定して2017年に作成したものです
- この提案の肝は本文中説明してありますが、Slip Stream MarketingというMarketing手法を使う点にあります
- Slip Stream Marketing はカーレースなどで使われる、後続車は前にいる車の陰に入ることによって抵抗が少なくなり、より労力少なく走れる「スリップストーム現象」をビジネスに応用したもの
- 本意は「HoppyはNew GenerationのHappy Choice」という方向にbrandingすることにあります、先ずはオフテイク促進のためSlip Stream Marketingを使ったプロモーションを企画しました
- 勿論このプロモーションはbrandingと同方向のベクトルにあります



Slipstream Marketingというマーケティング手法があります



iStock

自転車競技やカーレースで高速走行する車体の後ろに空気流が発生し、先行者の真後ろにぴったり付けると後続車は空気抵抗少なく引っ張られるように同様な高速走行できるという物理特性がslipstorm



これをヒントに伸長する、またはより大きな市場に特定の商品・サービスのイメージを紐付けることにより自らの伸長力に利用するマーケティング手法が**Slipstream Marketing**

カルビー「フルグラ」の近年の成功は**Slipstream Marketing**の好例



2011年 売上 37億円 シリアル市場 250億

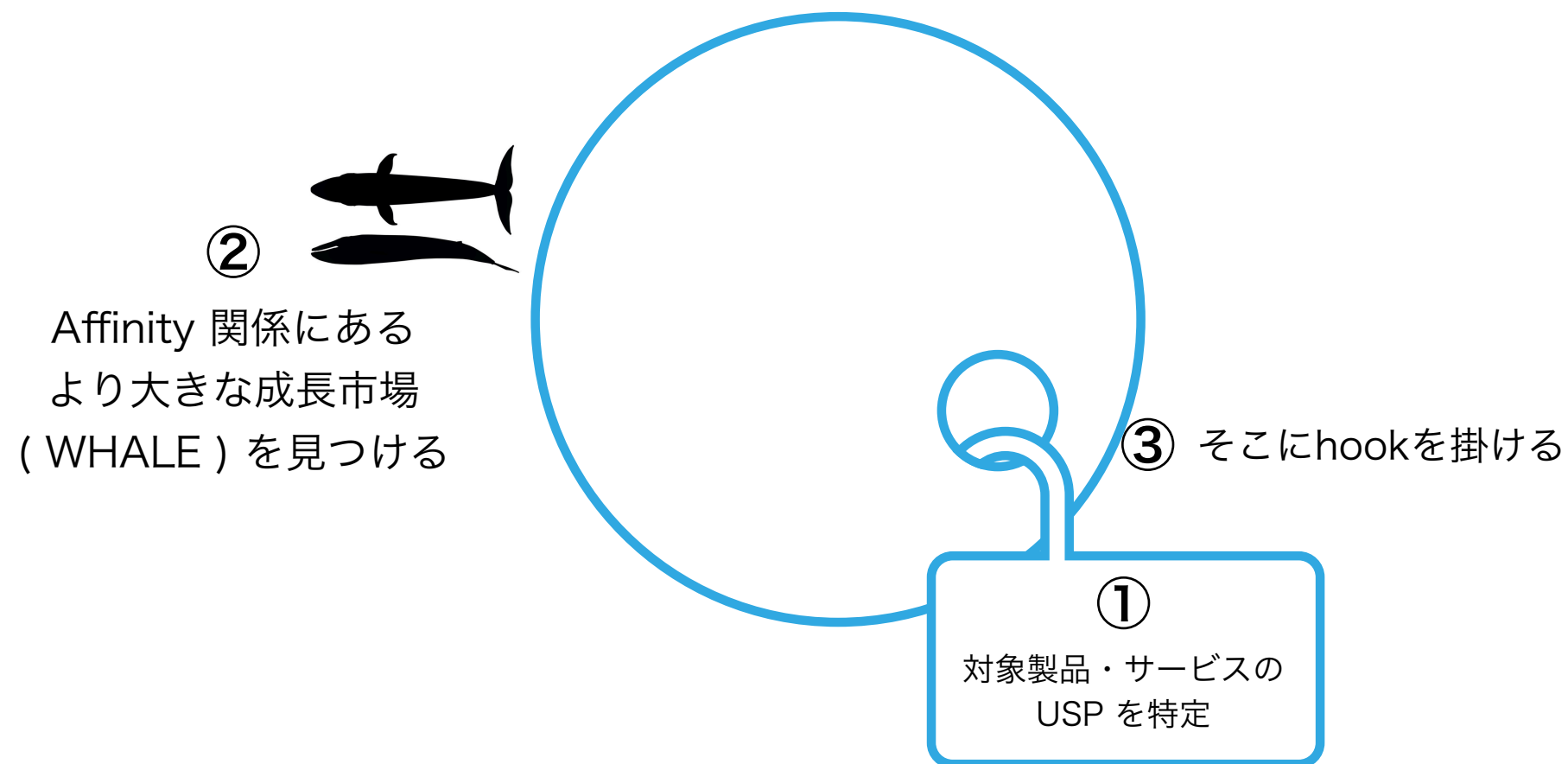


朝食市場からの取り込みを狙うもターゲットが広すぎ苦戦、その後「朝のヨーグルトと共に」訴求にチェンジし大躍進。強まる健康志向でヨーグルト市場は2015年時点で4,000億規模の伸長中の市場。このより大きなマーケットに紐づけたマーケティング戦略が功を奏した。
(東洋経済2015/8/19 記事参照)

2015年 売上 200億

拡販に効果的なプロモーション・メソッド

Slipstream Marketing のつくりかた **Very simple!**



Affinity areaを見つけ
hookを掛けるコアアイディアが肝要です。

Hoppyにとっての伸張マーケットを探してみました

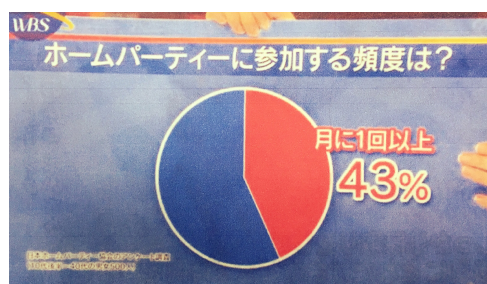
ホームパーティー・マーケット



iStock

はどうでしょう？

- ・ アベノミクス不発で所得が伸びない今、ウチ飲みが増加傾向
- ・ 若い世代は家庭での仲間とのホームパーティ志向強まる(以下ホムパに省略)
- ・ ホムパをGoogle検索するとレシピを中心に637万件ヒット
- ・ FacebookなどのSNSでもホムパの模様のアップでリア充訴求が多く見られる
- ・ Instagramでも料理の綺麗な写真を上げるのが鉄板
- ・ ホムパで使用する貰えとホスト/ゲストの「まとめ買い」が期待できる



2016/12/21 テレビ東京 ワールドビジネス・サテライト

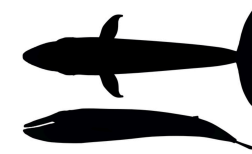
は言え、ホムパでは当たり前すぎ、紐付けるにはエッジが効いていない
(カルビー フルグラは茫漠とした「朝食市場」ではなく、ヨーグルト市場に絞って成功)

そこで、提案したいのは…



一寸ひと言

- 本企画をつくった2017年末時点、すでにホームパーティ需要は拡大中
- 足掛け3年強のコロナ禍で更に拡大加速したと推察します
- これはまさにWhale Marketであろうかと



ホームパーティーにも色々ありますが…ハレの日パーティー🎉でどうでしょう

誕生パーティー



クリスマスパーティー



ニューイヤーパーティー



まずは 3 major event に絞って

ハレの日のHoppy Happy Opportunity Proposal Set をHPで販売

ホッピー・バースデー！

と銘打って

限定誕生日書込みボトル & セット

With バースデー帽子



ホッピー・クリスマス！

と銘打って

限定クリスマス・書込みボトル & セット

With クリスマス帽子



ホッピー・ニューイヤー！

と銘打って

限定年始書込みボトル & セット

With ミニ門松



ペリエの Year 2000 記念ボトル

Hoppy Birthday Set

ホワイトペンつき6本セット & 誕生日帽子



Hoppy Birthday Set

ホワイトペンつき6本セット & 誕生日帽子

セットにすることでオフテイク促進に。
「書き込み」遊びという明快なセット理由を付与





記入例

ホッピー・バースディ





ホッピー・バースディ



ホッピー・クリスマス

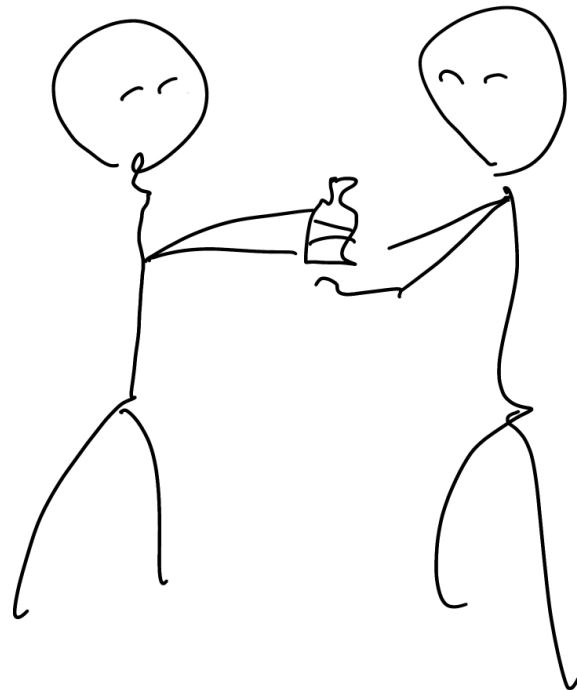


ホッピー・ニューイヤー





ハレの日のHoppy Happyをプロモーションボトルで具象化する



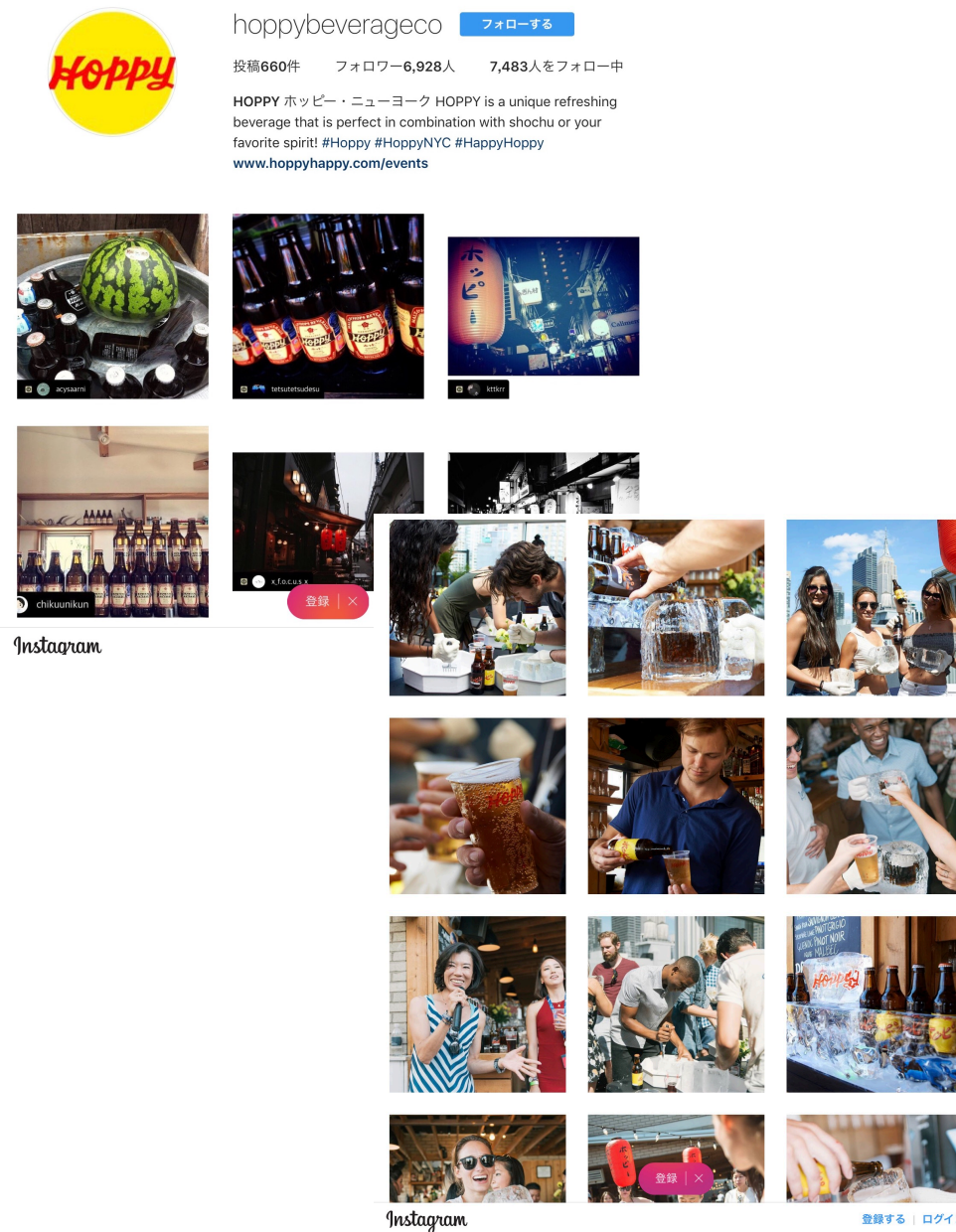
いくらHoppy Happyとメーカー側が言葉で発信しても、実態がないとただのキャッチで終わってしまいます。ホワイトマーカーを使って自筆でメッセージを書き込んだHoppyをプレゼントする。書いた方も、貰う方も楽しくなりますし、希少性のあるこの世で一本のHoppyに！ 具象化です。

更にこのプロモーションボトルの存在はHoppyの付加価値としてオリジナルボトルのオフテイクにリバレッジ効果をもたらすはずです

いまのトレンド ‘インスタばえ’ slice of life 志向を活用

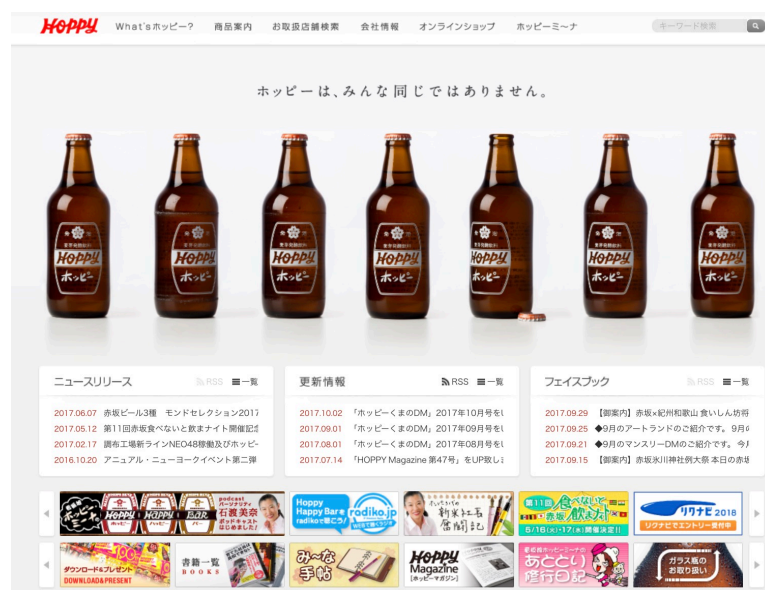
3H1P

Hoppy Happy Home Partyを
HPやInstagram pageで呼びかける



Home pageの通販サイトへ誘引

ECでバースデー・ボトルや期間限定ボトルを販売しHoppy HappyなHPに！



ホッピー・バースデー・ホームパセット出ました！



このページのコンテンツは、Adobe Flash Player の最新バージョンが必要です。



ECこそオフテイク拡大の肝

現在のHOME PAGEを見ると...

新着おすすめ!
Recommended
new arrivals



新お試しセット
セット内容: ホッピー330(330ml) 2本、ホッピーブラック(330ml) 2本、55 ホッピー(330ml) 2本、ホッピージョッキ 500cc 1つ、飲み方ポスター 1枚、キンミヤ焼酎(300ml) 1本

価格 2,574 円(送料込 税込)

カートに入れる

売れ筋ナンバーワン!
Sales number 1



55 ホッピー(330ml/24 本入)
ホッピー発売55周年を記念して誕生の新商品。プリン体ゼロ・低カロリー・低糖質・海洋深層水使用。従来のホッピー330と比較べ2倍の醸造時間をかけ、まろやかなこく味を出しました。割って良し、そのまま飲んで良し、の逸品です。お風呂上りに、スポーツの後にお楽しみ下さい。

価格 6,123 円(送料込 税込)

カートに入れる

通販のdirect deliveryで手軽な shopping...でしかない。付加価値がない。

ECビジネス領域拡大のチャンスにする

Product User imageの伝統的→現代的への変更に成功している今

B-to-B



B-to-C

量販店・飲食店・イベントブース

Opportunity Proposal

IN-HOMEでのジブンゴト化

www.hoppy-happy.com

HOPPY HAPPY の具現化

ハレ・イベント系ホムパの仕掛けで
モノ消費→コト消費にパラダイムシフト

通販のdirect deliveryで手軽な shoppingに付加価値を！

SUSTAINABLE にする仕掛け

- Instagramで#ホッピー・ハッピー・ホムパで写真の投稿を呼びかける
- 審査の上, Hoppy Happy Award ex.100名を選出。
- HP、Instagram Pageで受賞投稿を紹介
- Hoppy Happy Award 受賞者に翌年の限定ボトルセットの進呈→アンバセダーに



Instagramのヒット数

#一番搾り	128,347件	As of Oct.19, 2017
-------	----------	--------------------

#スーパードライ	72,877件
----------	---------

#エビス、エビスビール	72,382件
-------------	---------

#ホッピー	60,268件
-------	---------

Hoppyはシェアをはるかに超えて投稿されています。「映える」。これに乗じて仕掛けるチャンスがあります

#コロナ、コロナビール	87,807件
-------------	---------

#ワンカップ大関	1,548件
----------	--------

Finally、これは実はBrandingなんです

Harley Davidson



 自由への自己解放



H.O.G.

Emotional Benefit = Branding

×



www.hoppy-happy.com
HOPPY HAPPY を可視化

目指すところは、これじゃないですか？

みんなで楽しくなれる

www.hoppy-happy.com
HOPPY HAPPY を可視化

HOPPY HAPPY



Next Stepは…

- 米国の心理学者エイブラハム・マズローの提唱した人間の欲求5階層説はつとに有名ですが…
- Human's Motivationを更に変態的に深掘りして39種の欲望に区分けしたヘンリー・マレーという心理学者が後続しています
- その中の一つに上げられているものが「保存欲求」です。モノを収集したい欲求
- 大きくは美術館の絵画彫刻収集、身近にはフィギュア収集…実はひとの根源的な心理欲求にはこうした「保存欲求」があるんですね…断捨離に抵抗する強い欲求が

この保存欲求を直撃するプロモーション案…それはまたいずれ



Cause Planning

©causeplanning. All Rights Reserved.