

3. 共通販促ツール (販促キット、公式グッズ、サポートツール)

【共通販促ツール】 販促キット(ポスター・チラシ・タグ等)

■目的

「フラワーバレンタイン」における全国共通のプロモーションツール(キービジュアル・ロゴ)を持つことにより、消費者がどこでも同じメッセージを目にすることによる刷り込み効果と、“メジャー感”の醸成を狙いとする。FVが一般に浸透するまでの当面の間は、流通各々でPRツールを制作するコストを削減し、弊協議会でまとめて制作・共有することで、スケールメリットがあり、消費者へのアピールも効率的、と考える。

消費者の認知経路として、例年店頭のポスターが高マークなことを受け、ピンク色のキーカラーを踏襲しつつ、5年目となる本年度は、昨年評価が高かった「男性が女性に堂々と花贈りする姿」という路線を維持、さらには昨秋行った、全国男女1000名による「花贈り意識調査(第2回花と恋愛の相関図)」の結果、花を贈ることは「楽しい・わくわくする」と回答の男性が増えていることも反映し、楽しさを想起する雰囲気のプロモーションとした。モデルさんを起用してのポスターは初の試みとなった。

本年度の新たな取り組みとしては、この数年の現場の活動の中で、3月のホワイトデー、さらには1月の愛妻の日を包括して消費者向けのリーフレットを制作していたり、北海道にてそのような新聞広告が出されるなどの動きが見られたことを受け、積極的な施策にしていこう！ということで、『3 LOVE STORIES』と題し、愛妻の日+フラワーバレンタイン+ホワイトデーと毎月訪れる「花贈りのチャンス」をアピールするポスターを制作した。1月2月3月の3ヶ月間を集中して「愛の花贈り月間」のような位置づけにし、販促活動を強化することで、春先の店頭を盛り上げ、売上アップを目指すものとする。ただしこれは男性のお客様に対し3回の花贈りを強要するものではなく、「いつでもご自身のタイミングでぜひ！」という応援メッセージとする。



ネットショップ向けサポートツール＝ガジェット(プロダクト)の提供



ネットショップ用に、有店舗のポスターに代わる看板ツールとしてオリジナル・ガジェットを昨年開発。利用店舗からの意見を参考に、今年の活用では機能的な拡充は行わず、ガジェット周りの素材データ(ポスターやチラシなどの素材を加工可能なデータに整理)を合わせて提供した。



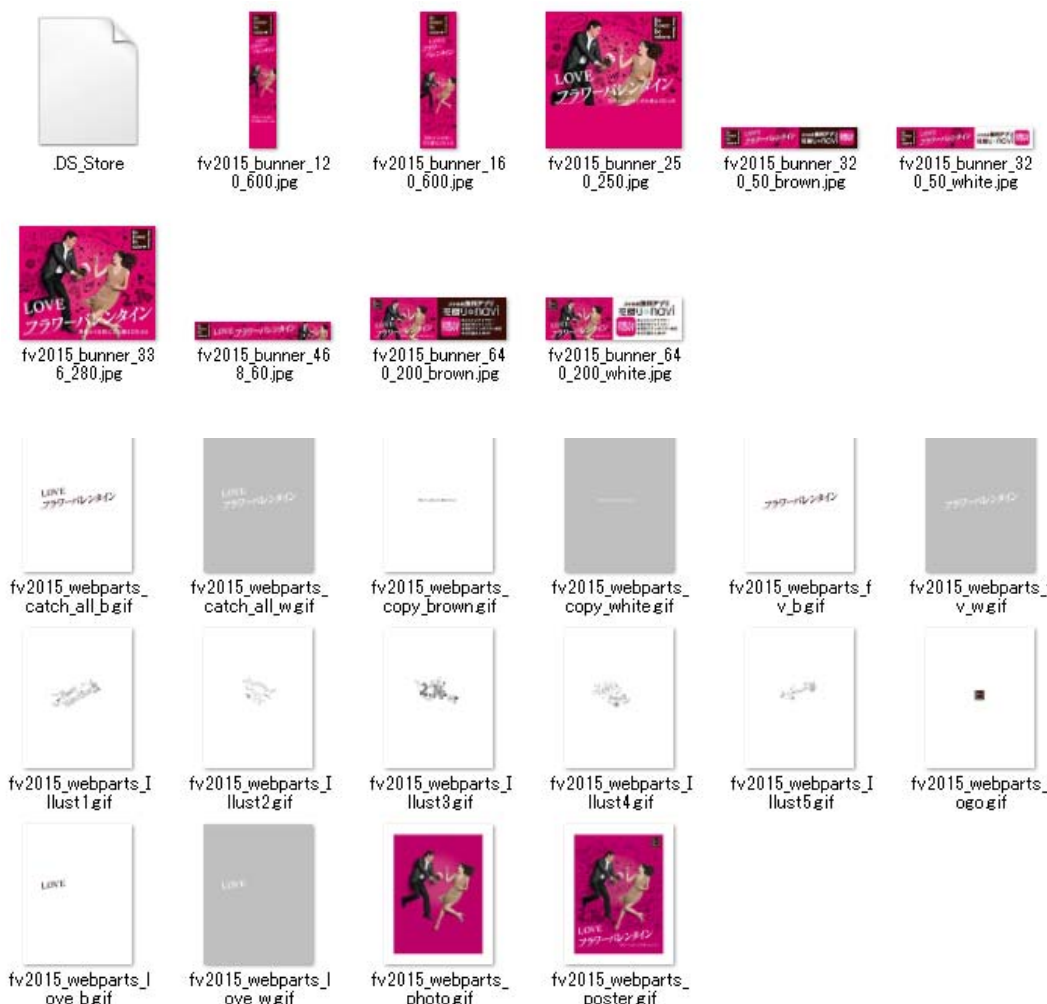
女性から
おねだり



男性から
メッセージ



ネットショップ向けサポートツール＝各社公式サイト編集用画像データの提供



【共通販促ツール】 販促サポートツール(ダウンロード形式)

●さらに「オリジナルショートムービー」やタイアップCDの曲やPVデータについても提供中

[illegible][illegible]

チャート内の簡単な質問に答えていくだけで、大切な方にぴったりのお花が診断できるツールです！
最後の空欄には、お店のおすすめ商品や、花の種類など画像を貼り付けていただければ、店頭で実際に使えるツールになります。お花を買い慣れていない男性の接客にご活用ください！

