

メーカー様のNB開発や、リテラー様のPB開発を支援するマーケティングパッケージをご提案致します。



商品開発・リニューアル支援

商品開発

弊社では、商品の開発や、リニューアルを目的とした各種調査・分析を行うマーケティング支援も行っております。開発のヒントや方向性、コンセプト策定のための手法や、また試作(テスト)品の評価や課題、受容性把握のための手法、既存品をリニューアルするにあたっての手法などもメニューとして用意しています。衣食住関連の大手メーカー様のNB商品に加え、リテラー様のPB商品に纏わる実績があり、企業様の要望、特性、予算に合わせた形でのご提案が可能です。

✓ クレオが手掛ける主な商品開発 基本STEP

商品開発におけるリサーチの世界では、『マーケットポテンシャルの調査』や『商品の二次機能テスト』を実施するのが通例です。
0(ゼロ)からの商品開発の場合は、下記のSTEPの取組みを推奨します。

マーケットポテンシャルの調査

マーケットの現状把握と当該商品のターゲットを選定します。

商品コンセプト開発調査

ターゲットの当該商品に対する購買行動と嗜好性に対する基礎情報の収集と分析。

マーケティング戦略(新商品コンセプト)の立案

上記調査の結果を受け、マーケティング戦略を立案します。

ネーミング開発・ネーミング好意度調査

コンセプトを明確にしたネーミングを開発します。

パッケージデザイン開発・好意度調査

印象・好意度、購入意欲度をもとに、3案~5案を、嗜好調査にかけます。

デビュー戦略の立案

具体的デビュー戦略を立案。商品発表会での説明会資料を含めた実施計画を制作。



主な手法一覧

ネット1万人調査 & GI

大多数の生活者や、ユーザーの声を拾い、マーケットの規模感やチャンスを抑え、商品の詳細なニーズまでを抽出します。



コンジョイント調査

商品開発における代表的なリサーチ手法。機能・効能や価格など、多数の要因の組み合わせを提示し、どんな要素を最も重視しているかを明らかにします。

試食・試着(HUT・CLT等)

実際の試作品を生活者に試してもらい、商品の評価点・改善点・受容性を明らかにします。

コンセプト・ネーム・PKG 受容性調査

商品のコンセプトやネーミング、パッケージの受容性・好意度などを把握する調査を行い、最適な仕様を選定します。

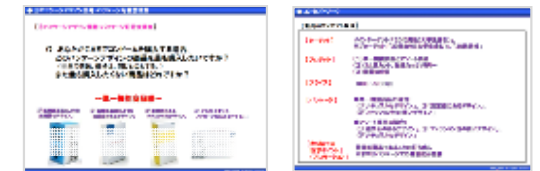


商品リニューアルの取組み

発売後は、改善・改良等の調査も実施します。0(ゼロ)からの商品開発だけでなく、既存品の改善にも取り組みます。

実績

~代表的事例~



【実績例】

- 大手食品メーカー
- 大手衣料メーカー
- 生活用品メーカー
- 大手CVS
- 大手GMS など