

Benefit ②〔手法〕 重視・満足分析

潜在している次のベネフィットは何か

- 潜在している次にベネフィットは何
⇒ 重視・満足分析

- ビデオカセットテープ
スコッチEGの事

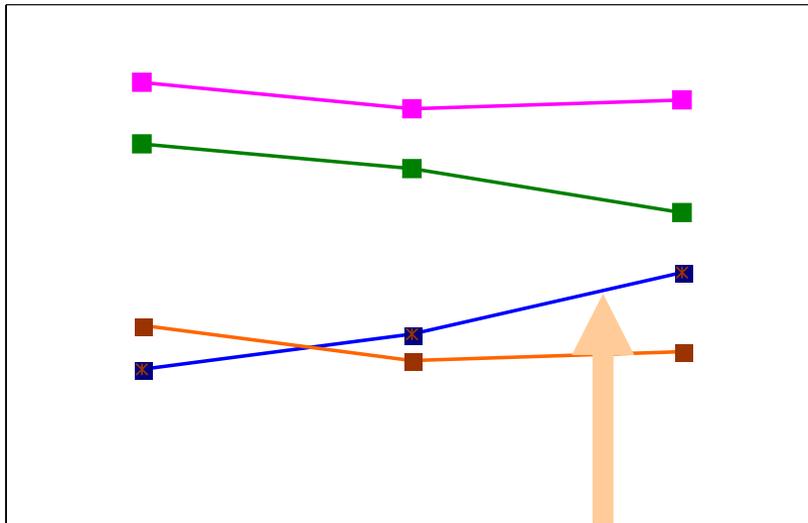
(1) 時系列分析

次に求められるベネフィットは何か

消費者調査の時系列分析 → 次のベネフィットを見つけだす。

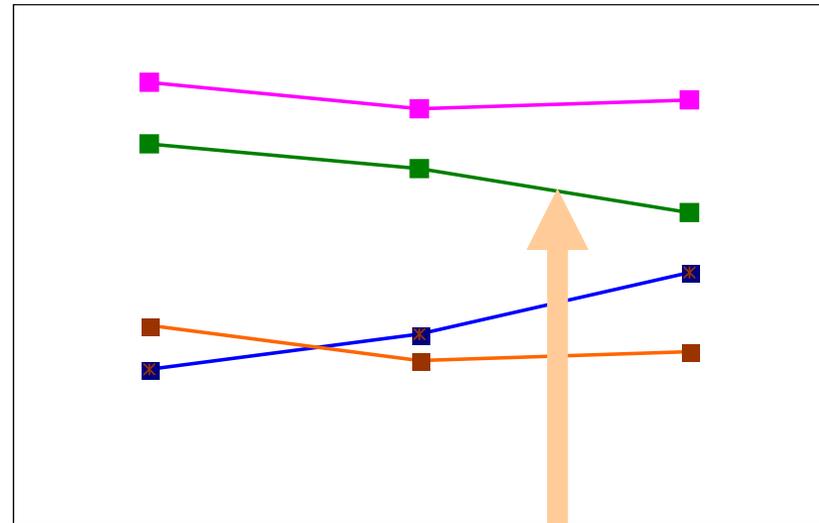
- 上がっている重視
- 下がっている満足
- 上がっている不満

商品選択時の重視度



上がっている重視

使用銘柄への満足度

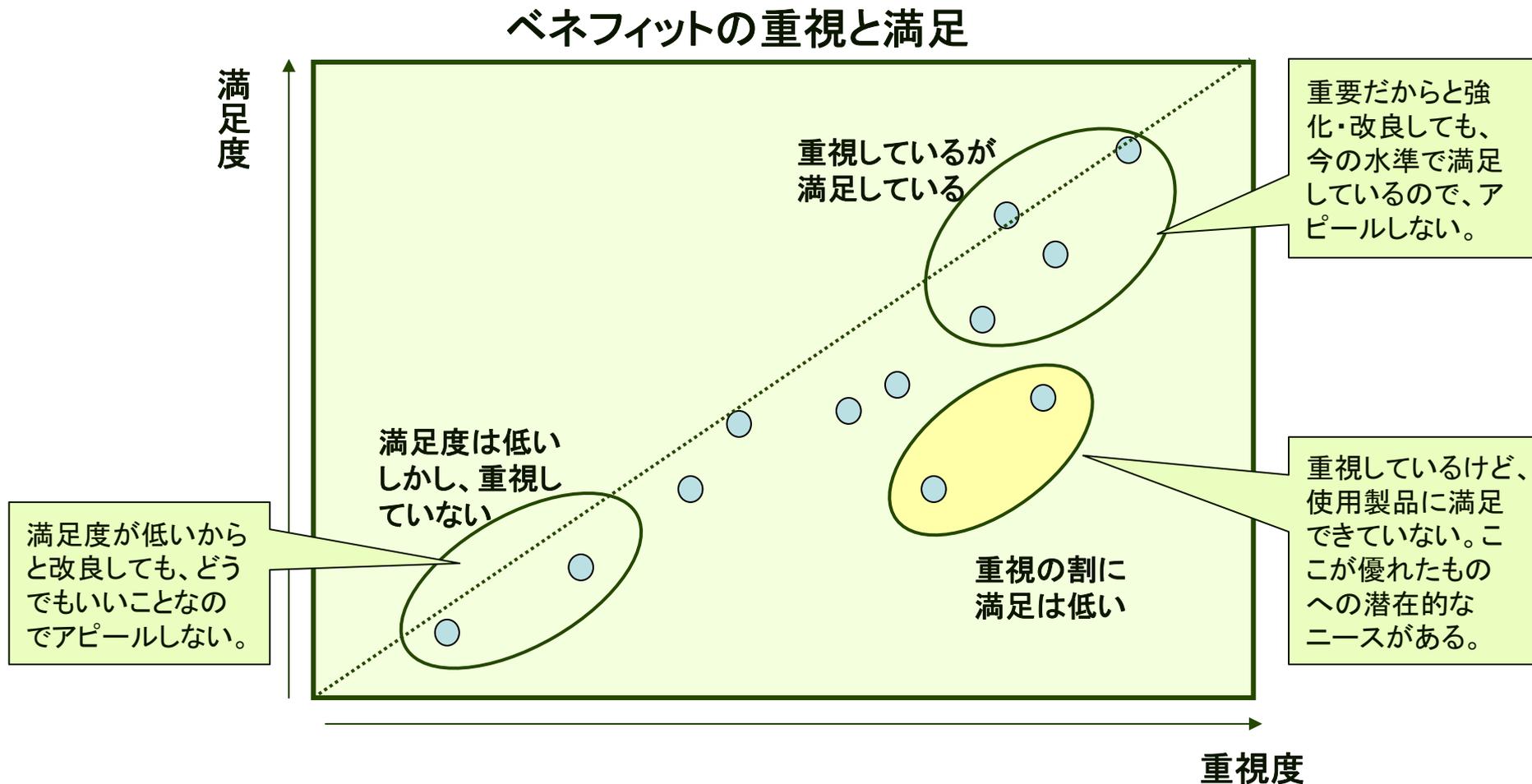


下がっている重視

(2) 重視・満足分析

次に求められるベネフィットは何か

1回の調査から～重視の割に満たされていないベネフィット

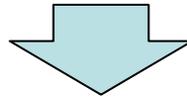


(3) 事例 ビデオカセット スコッチ

Scotch EG ビデオカセットの場合

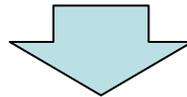
人数比2割のヘビーユーザーが、6割を消費

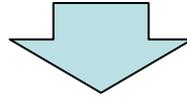
ターゲットはヘビーユーザー



ヘビーユーザーのプロフィール

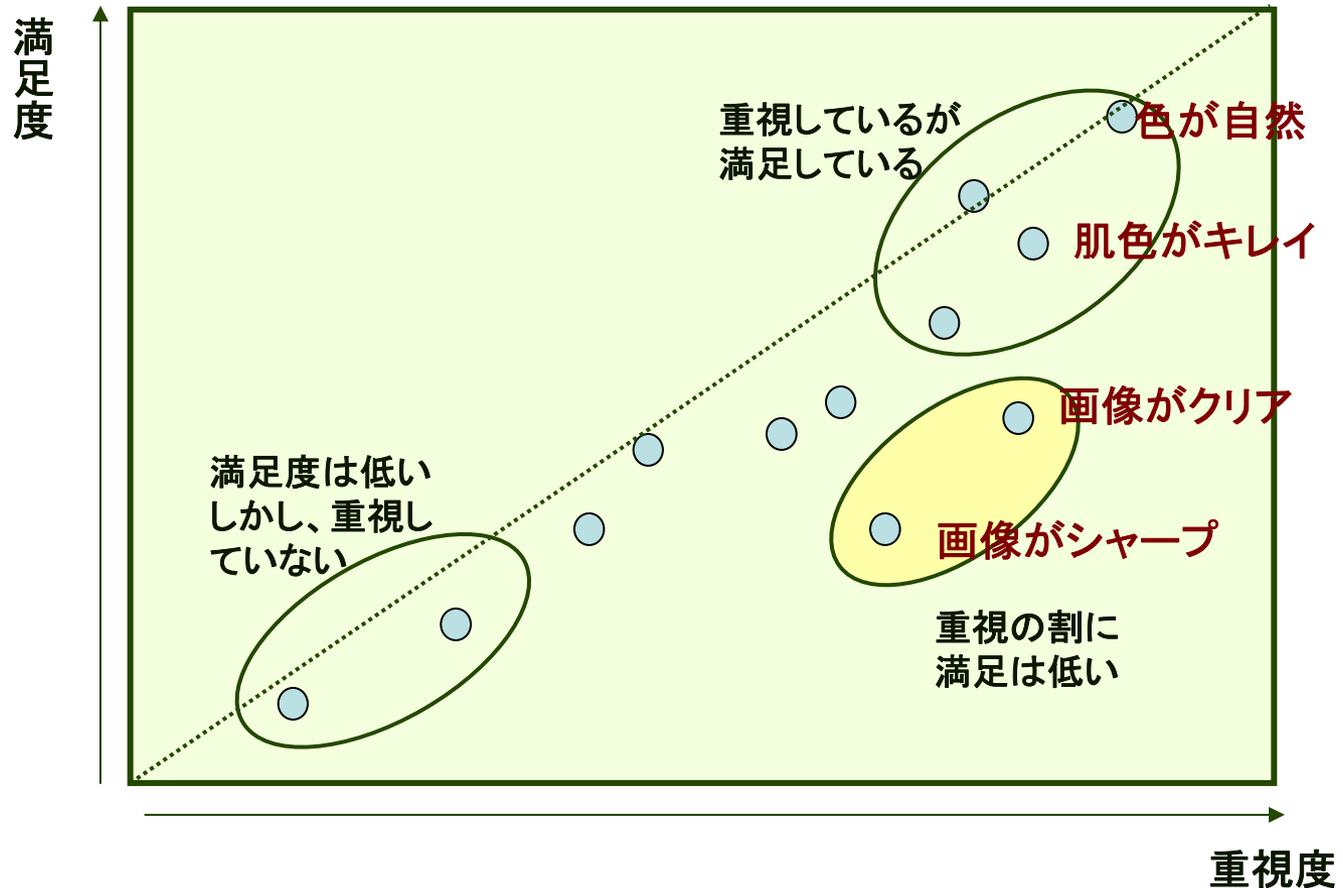
- ① 年間21巻以上購入
- ② NEBA、大型カメラ量販店、秋葉原で購入
- ③ ビデオライブラリーをつくっている
- ④ オーディオへの関心が高い
- ⑤ AVの技術知識が高い
- ⑥ VTRは多機能を所有
- ⑦ 主要メーカー・ブランドのテープの使用経験がある
- ⑧ ホビーマガジンを愛読
- ⑨ システムテレビ、ハイファイビデオの購入関心が高い
- ⑩ 年齢16~30才の男性

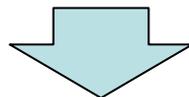




ビデオテープのヘビーユーザーが求めるベネフィット

ベネフィットの重視と満足





1985年

「スコッチEG」発売

製品

製品属性	バックコーティング
ベネフィット	クリア、シャープ

広告

タレント	後藤久美子
コピー	「シャープネスに美熟」

Scotch EG ビデオカセットのコンセプト

