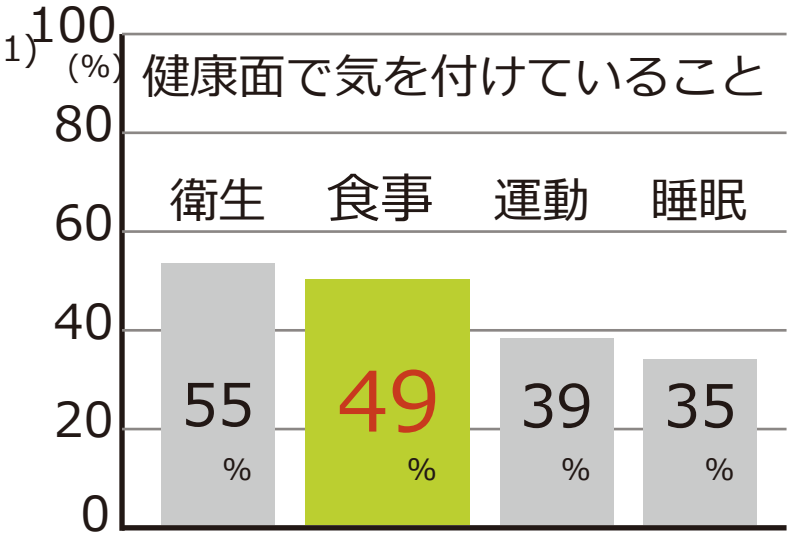
結 お結び。

R-市場調査・SWOT分析

結 お結び。

1)

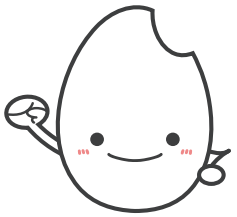


(2022年5月16日～5月19日)

2) (お米100gに含まれる栄養成分)

炭水化物(77.1g)

水分(15.5g)



タンパク質(6.1g)

脂質(0.9g)

ミネラル(カルシウム、鉄、マグネシウム、亜鉛)・ビタミン等(0.4g)

S

米、海苔のこだわり

サイドメニュー充実

お客様や季節に合わせたメニュー

W

宅配可能地域の限定

自社の認知度の低さ

イートインスペースが狭い

O

手軽で健康的な食事の需要

T

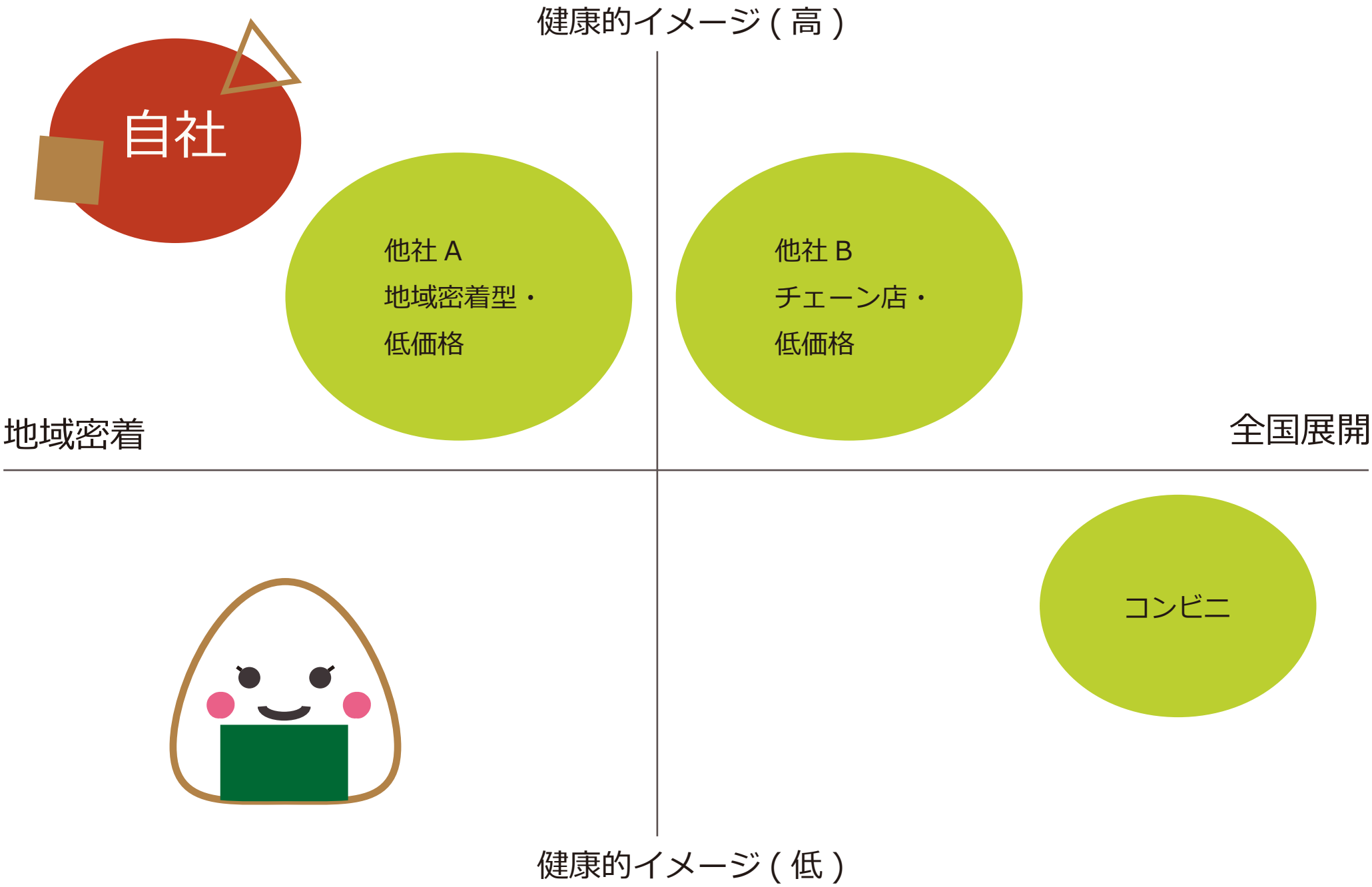
コンビニとの差別化

お米の太りやすいイメージ

(参照) 1) https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000100.000040075.html 2)https://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1211/spe1_02.html 農林水産省

STP - ポジショニングマップ

結 お結び。



STP- ペルソナシート

結 お結び。

パーソナル

名前：福本　綾乃 (ふくもと　あやの)

年齢 :29 歳

職業：専業主婦 (育休中。前職は事務職)

家族構成：夫 (営業職)

娘 (0 歳 8 ヶ月)

ライフスタイル

よく使うデバイス :PC(win)、スマホ (iPhone)

利用 SNS:Instagram がメイン。LINE、Twitter

一日の過ごし方：

現在育休中。夫は仕事が多忙なため平日は

ワンオペ育児。土日は家族でおでかけ。

消費行動：家族のために貯蓄を堅実に行う。

娘の物品はこだわったものを購入

する。

課題・ニーズ

課題：夫が仕事が忙しく、ワンオペ育児に少し疲れが

出ている。近所のママ友達はできたが、結婚を

機に地元を出て、すぐに頼れる家族はいない。

コロナ禍で人と関わる機会が減った不安がある。

ニーズ：コロナ禍もあり、健康的な食事を大切に

したい。子どもがいるのですぐに外食するの

が難しい。手軽においしいものを食べたい。

育児で忙しいママさん・妊婦さんにInstagram広告からお結び。のサイトにとび、サイトの宅配予約ボタンをクリックしてもらう

サイトストラクチャー

- トップページ
  - お米・海苔のこだわり
  - OP告知
  - 季節のおにぎり
  - トピックス
- メニュー
  - おにぎり
  - サイドメニュー
- 宅配予約
  - 宅配予約
  - お問い合わせ
- 店舗概要
  - あいさつ
  - お店情報
  - 営業時間
- マップ
- お結び。ちゃんの日常
  - スタッフブログ

MM-ペイドメディアの選択及び効果の説明

結 お結び。

- Instagram でご飯の情報を得ることが多い

  ➡ Instagram 広告 [カルーセル広告画像]

- カルーセル広告のメリット

  ➡ 最低 100 円～

  認知度向上

  サイトに飛んでもらえる

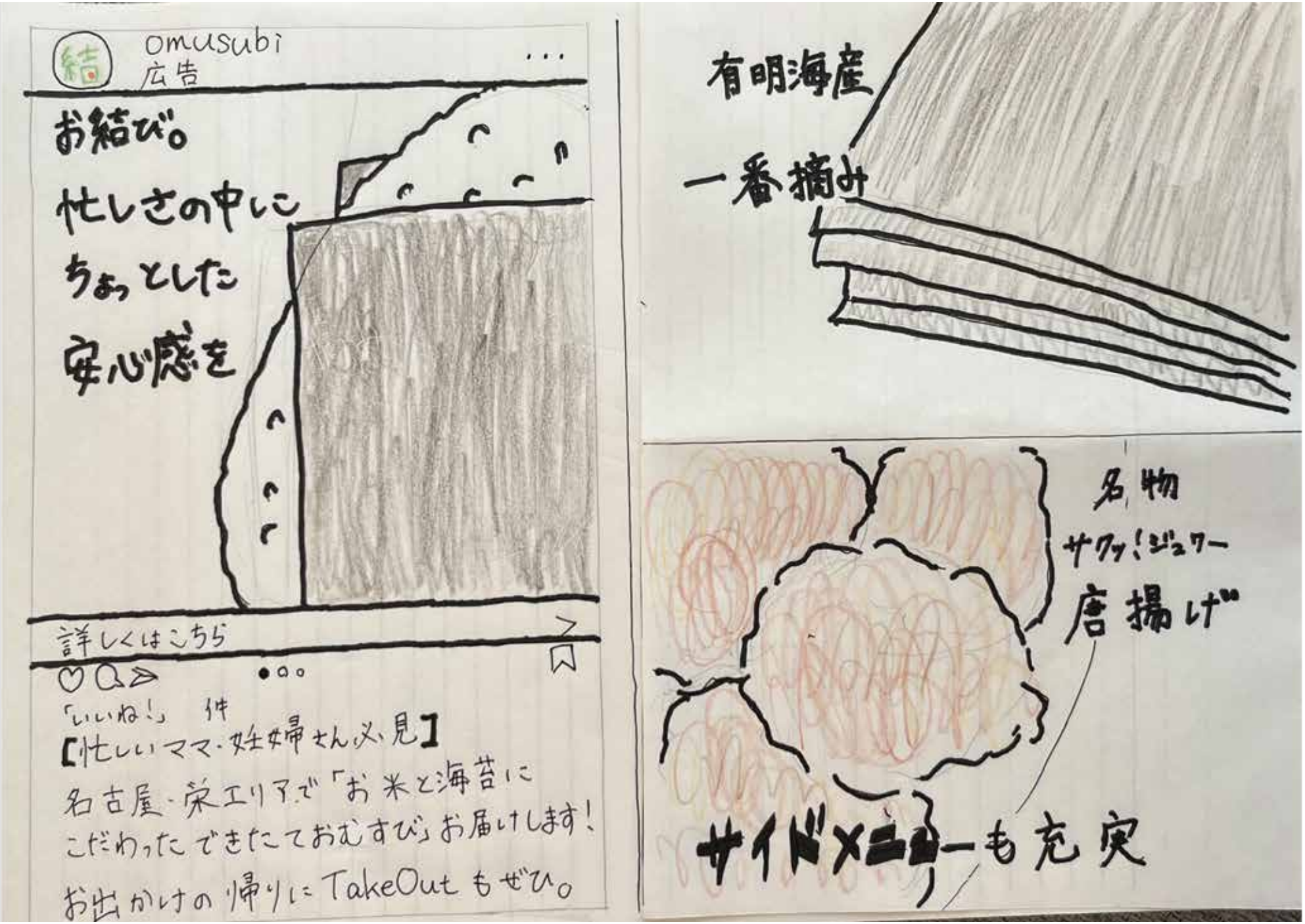
  ➡ 最大 10 枚を掲載できるので、

  様々な商品やアプローチが可能

  お結びを知ってもらえるきっかけを作れる

MM- プロモーションイメージラフ

結 お結び。



I-コンバージョンと理由・KGI/KPI

結 お結び。

コンバージョン

➡サイトの宅配予約ボタンをクリックしてもらう

目標である

なぜ？？

宅配 (地域限定：名古屋駅付近)・テイクアウトで

売り上げを伸ばしたいため

▲ 目標：年商 1080 万円

▲ KGI: 月商 90 万円 (4 万 5 千円 / 日)

▲ 広告費 :10 万円

CV:1,300 回 (click/ 月)

広告 → Instagram 広告

セッション (月)
KPI: 10,000

離脱率 :70%

検索 → 自社 HP

セッション (月)
KPI: 30,000

離脱率 :90%

セッション (月)
KPI: 3,000

離脱率 :83%

商品ページ → 宅配予約

セッション (月)
KPI: 3,000

離脱率 :62%

セッション (月)
KPI: 500

▲ 平均注文価格 :700 円

▲ おにぎりの原価 :60 円