

梅雨限定！
梅雨を楽しく過ごすスイーツ
プロモーション, EC サイト
企画提案

(さっくり前提説明)
カフェチェーン店の季節限定商品





◆雨について

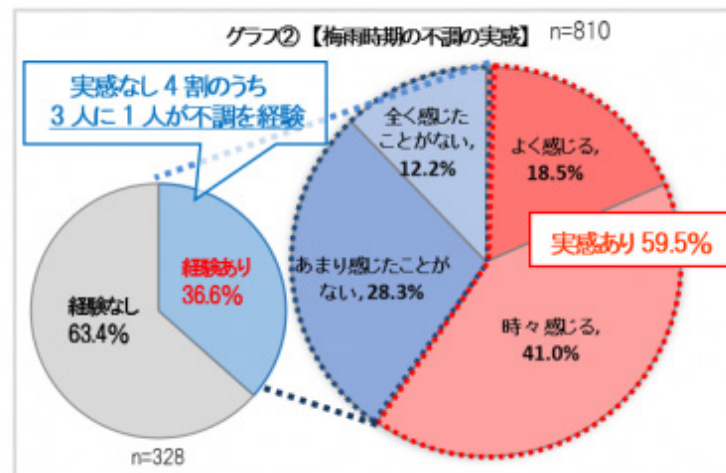
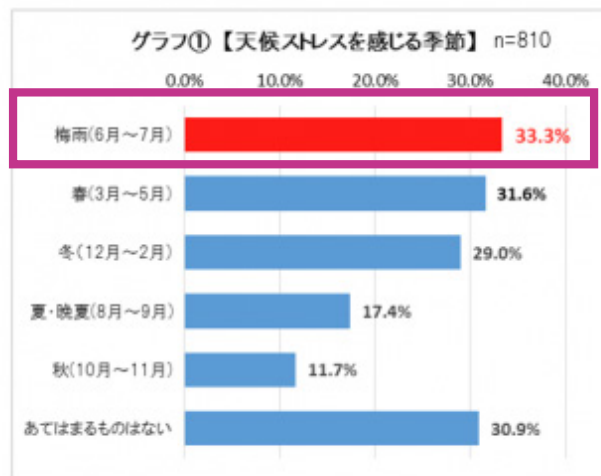
好きではない 90%

雨が好き 10%

雨が降るとどうしても外出が億劫になりがち

天候ストレス No.1

梅雨！



→90% に属する人が雨が楽しめるような商品があれば、市場開拓の糸口になる？

→深堀：好きな人はなぜ雨が好きなのか、何をしているのか

日本には四季があり、
その時々季節に独特の風情がある

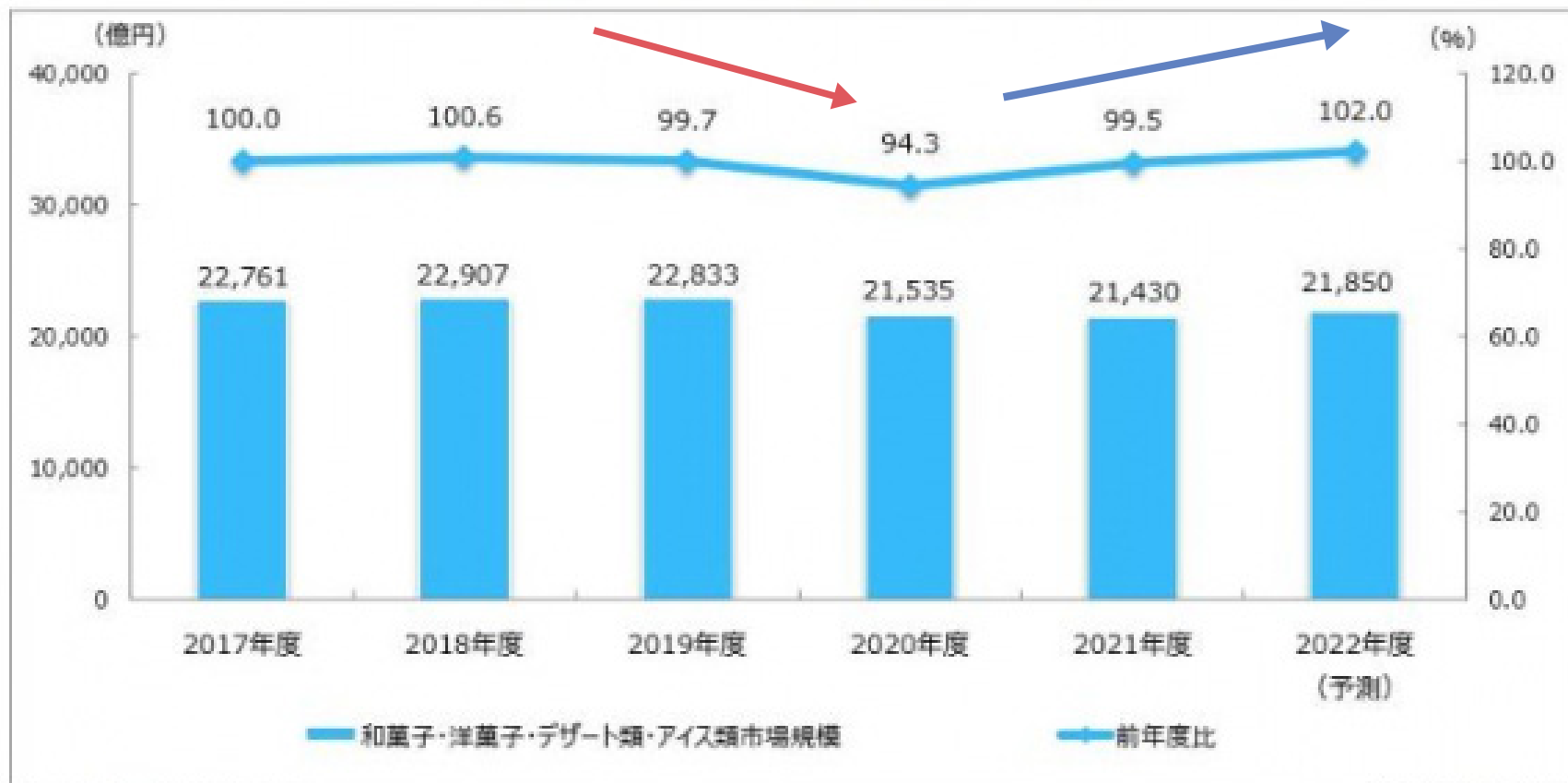
あじさいなど季節の花を
引き立たせてくれる



◆スイーツ市場推移

- ・コロナが明けて手土産需要が up

和洋菓子・デザート類市場規模推移・予測



注1. メーカー出荷金額ベース
注2. 2022年度は予測値

矢野経済研究所調べ



ターゲット説明 (STP)

◆ターゲット

- ・梅雨にうんざりしている 20代～40代女性・・・・・・・・自分へのご褒美に
- ・友達や親族へおしゃれな手土産を持っていきそうな女性・・・・・・・・手土産に

◆ペルソナ



- ・23歳、名古屋在住(実家暮らし)
- ・カフェ店員
- ・家族構成：祖父母、父母、弟
- ・3年付き合っている彼氏がいる。友達多め。
- ・人や物を大事にする。おもてなしが好き。
- ・良いものにはお金を払う価値がある。
- ・PCはあまり触らないが、スマホでSNS(インスタ、Xなど)から、おしゃれなスイーツ(萌え断)などトレンドを見るのが好き。
- ・雨など頑張って出勤した時は、自分にご褒美(スイーツなど)を買うのが楽しみ。



サイトの種類、コンセプト (MM)

◆サイトの種類

紫陽花をモチーフにしたスイーツのプロモーション

EC サイト

◆コンセプト

“梅雨が楽しくなる！”

・イメージ：「上品」「今どきおしゃれ」「情緒」

◇梅雨限定 風情を感じる参加型イベントで販売増を狙う

①紫陽花 写真コンテスト 参加賞 5% 割引クーポン。

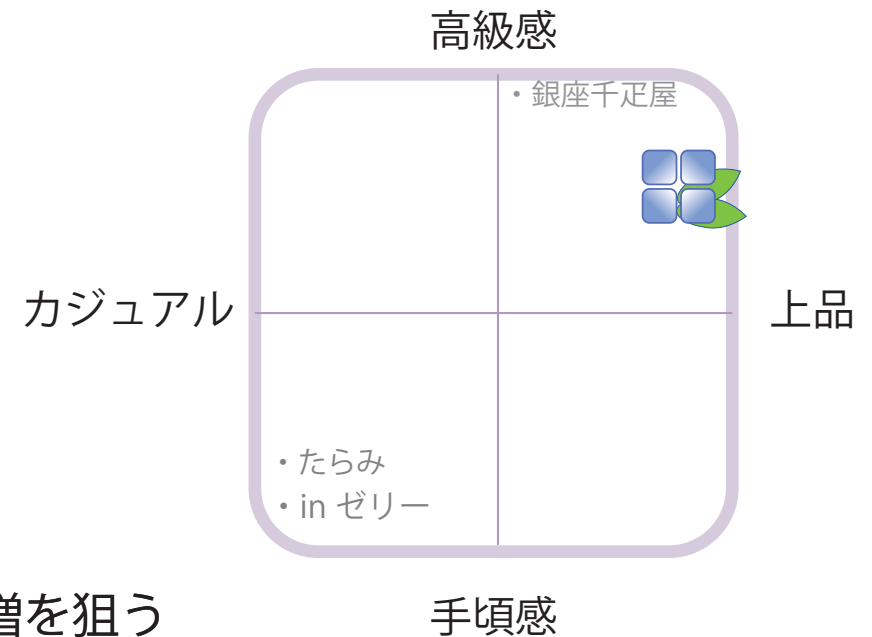
写真コンテスト優勝者には実店舗、EC サイトで使えるクーポン 10,000 円

②鎌倉などお寺の紫陽花祭りとのタイアップ

(EC サイトの QR コード付きのポスターやイベント景品での露出)

③サイト内に梅雨を楽しく過ごす為の体調管理についてや商品のアレンジレシピなどを掲載

◆ポジショニング





ペイドメディアの選択と理由 (MM)

◆ペイドメディア

- ・ SNS 広告 (インスタグラム、フィード広告)

5月～8月

(販売シーズンナリティを広げるため、GW、お中元、お盆を含む期間に設定)

- ・ A1 ポスター (QR コードを掲載)

◆理由

- ・ 萌え断面がわかるおしゃれなスイーツ画像を載せて、視覚的 (直接的) にターゲットに訴求する。
- ・ タグ検索を可能にすることで、ターゲットに見つけてもらいやすくなり、購入へつなげる。 etc... #スイーツ #季節限定 #おしゃれ #紫陽花 #風情 #萌え断面

◇ターゲットを低関心層から顕在層へ

「まず知ってもらおう。興味を持ってもらおう。」から

「かわいい (おいしそう) 欲しい!」「●●ちゃんにも買ってあげよう!」へ



KGI,KPI (I)

KGI : 売上 240 万円 / 年 (4 か月 TTL ※販売時期 5 月～ 8 月)

KPI : CVR 1.2%(平均購入額 4,000 円 * 購入 150 件 , 売上 60 万円 / 月)

