

店舗

## 店頭商品をサンプリング調査 モニター回答のアンケートから商品受容度を把握

総合マーケティングリサーチ事業を行うRJCリサーチ（東京・渋谷）は6月16日、モニターによる非接触型サンプリングサービス「買いタメ」の提供を開始した。Withコロナ・Afterコロナに対応した自己購入型調査サービスとして提供する。

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、「人を介した販売促進」が難しいといった背景から、サービスの提供

に至った。今回、消費者の反応を知ることができる試飲や試食の推奨販売などを通じて提供されていた「商品のトライアル機能」「消費者からの反応収集」の双方を実現する仕組みとした。

同社のパネルよりモニターを募集し、実際に店舗を訪問して商品を購入する。その後、モニターが実生活の利用シーンにて商品を試し、5問の簡易アンケートによって、利用者の商品需要度を調

査するといった流れだ。これによって、実際の生活シーンで使用・喫食した感想を知ることができ、副次的効果として、店頭商品の回転率上昇も見込める。

また、オプションとして「モニター募集時に、商品価値のどこに興味を持ったか」などのアンケートを追加できる。そのほかにも、商品のフェイス数やPOPの状況など、店頭状況の情報収集も依頼が可能だ。

「外出自粛」緩和で新店舗続々、今消費者が求める店頭コミュニケーション

# 販促会議

TOP PROMOTIONS 9  
SEPT. 2020  
No. 227

対面「販売」に限らない役割

## Withコロナ時代の 新しい店舗集客と接客

WITH HARAAMU エコウマン横浜 近ノ門にRXGと店舗集客  
PINKO アフタヌーンに上野400周年記念イベント開催  
丸美堂 店舗集客やサービス向上のための集客システムを構築  
グランドイ 社員が活躍する、社内集客、顧客の安心を促す  
エプソンストア オフライン集客で「売場でも買物」が実現  
東武百貨店の販促活動の進化をモニターで知る

第12回 販促コンペ  
一次審査通過者発表

PRIDE  
プロの企画者が  
サポートできる  
定期購読者  
限定特典