

TOPICS

“身近マーケティング”で見えてきた！

通販化粧品会社が できること

顧客満足度
アップのために

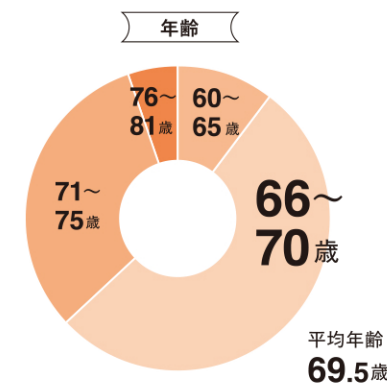
19名の“身近なシニア”を対象に独自調査を実施しました

この度フォー・レディーでは、私たちの身近な存在である家族や友人を対象にした「身近マーケティング」を実施しました。通常のお客様調査では、ブランドに対するロイヤリティや美容マインドの違いを分析するのが目的ですが、今回はごくごく一般的なシニア女性の美容意識やニーズはどんな傾向にあるのか？ その実態を探りました。すると、通販化粧品会社が実施すれば顧客満足度アップにつながるかも!? と思えるさまざまなヒントが見えてきたのです。

身近マーケティングの特長

- ✓ 対象者の生活背景まで理解しやすい
- ✓ 回答の裏側にある“気持ち”まで想像できる
- ✓ 反応を予測しやすく具体策を考えられる

調査対象 シニア女性 (n=19)



居住地

神奈川県 (7名)
東京 (6名)
高知 (2名)
茨城 (1名)
栃木 (1名)
長野 (1名)
岐阜 (1名)

趣味

- 1 ガーデニング**
(家庭菜園・フラワーアレンジメントなど)
- 2 運動・スポーツ**
(ウォーキング・ヨガ・登山など)
- 3 旅行／料理**

私たちの身近に暮らす
シニア女性 19名に
聞きました！

Q6 今更 挑戦してみたい 美容はある？

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

Q7 「キレイでいたい！」 と思うのはどんなとき？

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。

「美容は年齢を重ねるといって、自然と衰えていくものだから、挑戦はしない」という声も聞かれます。



このように、フォー・レディーが実施する定性調査は、ターゲット層のインサイトにあった「気持ちの分析」から、独自の考察をまとめ、課題解決に向けた戦略をご提案します！

化粧品通販業界に特化する
お悩みを解決する
マーケティング戦略

お問い合わせはこちら



お問い合わせはこちら



お問い合わせはこちら



