

## 食品メーカー様

---



### 《プロモーション目的》

クライアント商品の5周年を記念してのプロモーション。  
認知度アップ、販売数アップと同時にエンターテイメントの提供を目的とした、映像コンテンツによる販売促進を狙ったプロモーション。

### 《実施内容》

全国のイオン様やイトーヨーカドー様、500店舗に設置。  
食品コーナーの商品棚に設置し、コーナー周辺の来店客に音と映像によるプロモーションを展開。

### 《効果》

商品の認知促進と売上向上に貢献。  
コミカルな音楽により商品注目率がアップし、商品を見て手に取る消費者が増加したことが要因。

## 化粧品メーカー様

---



### 《プロモーション目的》

新製品の認知度アップ、またブランドイメージの向上。  
同時にドラッグストアチェーンでの販売力を高めるため、周囲のPOPに埋もれずに訴求効果を高めることが目的。

### 《実施内容》

液晶モニターにパネル枠を取付。ブランドロゴを使ったパネル枠設置により、消費者がモニターをひと目見ただけで、「何の映像が流れているか」ということを認識してもらうために採用した手段。

### 《効果》

商品を手に取る消費者が増加。微増ながらも費用対効果の見える販促ツールとして、その後も継続してご利用頂いております。

## マッサージ店舗様

---



### 《プロモーション目的》

ビル3階に入っている店舗の存在に気付いてもらい、来店してもらうことが目的。

### 《実施内容》

既存の屋外看板に液晶モニターを設置。他社看板との差別化を図る。音と映像で店舗内の雰囲気を伝え、通行人へ店舗の存在を印象付ける。  
プラスして、液晶モニターの横にクーポン付リーフレットを設置。

### 《効果》

看板を見て来店した新規顧客数が約30%アップ。  
その際に、リーフレット持参の顧客は約8割。

## 日用家具メーカー様

---



### 《プロモーション目的》

商品パッケージのみでは伝えきれない商品のよさを、消費者へわかりやすく伝達することが目的。

### 《実施内容》

商品棚に液晶モニターを設置し、商品の活用方法を映像で配信。活用法を3ステップに分けて理解しやすい映像で訴求。

### 《効果》

映像配信を行っていない店舗と比較した場合、映像を活用した店舗は約10%の売上増加。費用対効果の高いツールとしてクライアント様より評価を頂き、以後継続的にご利用頂いております。

## 繊維メーカー様



### 《プロモーション目的》

新作水着のプロモーション。  
冬に水着をネット販売していくことを目的としたプロモーション。

### 《実施内容》

ターゲット層が確実に来店している大手旅行代理店との  
タイアップ。ターゲット層が多数来店する店舗を抽出し  
都内3店舗で実施。  
新作水着販売サイトへの誘導を目的に、店内に特設コーナーを  
設け、店頭映像・ネット・紙媒体を連動させたプロモーション  
を展開。

### 《効果》

新作水着販売サイトのアクセスアップ、  
及びキャンペーンガールの認知度アップへの貢献。

## 飲食店舗様



### 《プロモーション目的》

常連のお客様との関係を維持しつつ、新規客を開拓  
することを目的とした広告プロモーション。

### 《実施内容》

既存の屋外看板に防水対策を施した液晶モニターを設置。  
主にメニューを中心とした映像を配信。  
同時に、インターネットでの映像配信を含め、ネットと  
ケータイでのクチコミクーポンサイト開設を行う。

### 《効果》

店頭での映像配信により認知の向上が見られ、新規客が  
約10%の増加。またクチコミサイトへの書込みも増加。  
現在も着実に新規客・リピーターを増やしている。

## 映画配給会社 様

---



### 《プロモーション目的》

公開間近の映画PR。

ターゲットを絞って告知することが目的。  
メインターゲットはM1層。

### 《実施内容》

レンタルビデオショップで予告編映像を配信。主に映画館に近いレンタルショップを抽出し、プロモーション展開。  
アクション系コーナー付近など、ターゲットがより多く通過するポイントに液晶モニターを設置。

### 《効果》

予告編映像を店内で足を止めて視聴する消費者が多く見られ、認知度向上の点で貢献。

## 飲料メーカー 様

---



### 《プロモーション目的》

販売本数を増加させ、認知度向上とともにブランドイメージの向上を図るプロモーション

### 《実施内容》

ファッションショーでの直売によるプロモーション。  
ハイブランド系のファッションに興味のある所得の高い層に訴求。

### 《効果》

ファッションショー前後の短時間で約50本販売。  
また、他イベントでのスポンサー依頼の問い合わせも増加。

## 国内靴メーカー様



### 《プロモーション目的》

展示会での注目度・理解度あげることが目的としたプロモーション。  
百貨店など、靴売り場でのアイキャッチ・イヤーク্যাッチを狙う。

### 《実施内容》

消費者の導線上にモニターを設置。  
音と映像を使い、「気づいてもらう」「見てもらう」ことに注力。

### 《効果》

展示会での接触人数の増加。  
靴売り場での「気づいてもらう」ことへの貢献。

## ペット用雑貨メーカー様



### 《プロモーション目的》

他社製品に埋もれずにプロモーションを展開し、売上をあげるための販促プロモーション。

### 《実施内容》

商品棚スペースを活用し液晶モニターを設置。  
商品の活用方法及び購入後のイメージ映像を配信。  
映像内容に合致した売場での演出を行い、他社製品との差別化を図る。

### 《効果》

液晶モニターを設置していない店舗と比較し販売数増加。  
具体的な数値については現在調査中。

## ファッションショーイベントタイアップ



### 《プロモーション目的》

代官山のファッションショーPR。  
ファッションショー自体の認知度向上、及び今後の  
ショースポンサーの開拓。

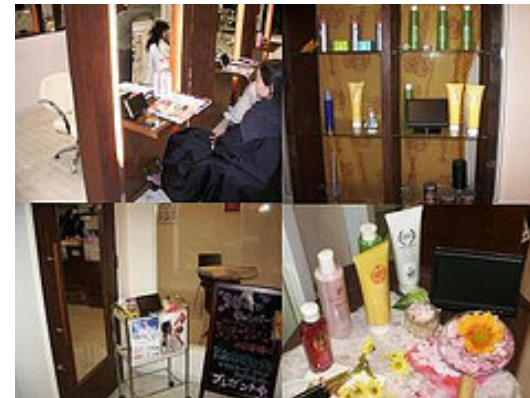
### 《実施内容》

飲料メーカーをスポンサーにつけ、ショー当日に特設ブースを  
設けスポンサー商品の直売。ブースでは商品イメージ映像を  
液晶モニターにて配信。

### 《効果》

ショー前後という短時間の中で、約10ケースほどの販売。  
またパンフレットなどにスポンサーロゴを掲載することで  
認知度やブランドイメージアップに貢献。

## 美容室チェーン様



### 《プロモーション目的》

化粧品メーカー商品プロモーション。

### 《実施内容》

来店客の99%がターゲットの美容室でプロモーション。  
液晶モニターにて商品プロモーション映像を配信し、  
商品を併設。その場で購入することができる流れとした。  
また、美容師からの商品案内も行う。

### 《効果》

販売数の増加。美容師との会話から商品購入に至るケースが  
見られ、顧客と美容師とのコミュニケーションにも貢献。

## 飲料メーカー様

---



### 《プロモーション目的》

展示会で使用。  
パンフレットなど紙媒体では伝えきれないイメージ等を伝えることが目的。

### 《実施内容》

インタビューを使った映像コンテンツを配信。  
どのような効果のある「水」なのかを医学的、プラス日常生活に溶け込ませた形での紹介。

### 《効果》

見込顧客との接触数増加。  
興味を持った見込顧客の方から詳細説明を求めてくるので、ムダの少ないコミュニケーションが増加した。

## オイルメーカー様

---



### 《プロモーション目的》

外資系オイルメーカーの商品販売プロモーション。  
環境保全への啓蒙活動も兼ねて。

### 《実施内容》

ガソリンスタンドの商品スペースへ液晶モニターを設置し、  
商品CM映像を配信。  
また、休憩スペースへ紙媒体の設置も実施。

### 《効果》

映像コンテンツの質が高く、視聴者数は非常に多かった。  
液晶モニター設置店舗と非設置店舗を比較した場合、  
紙媒体の取得率も高い結果となった。

## 表参道・新潟館ネスパス 様



### 《プロモーション目的》

新潟県柏崎産野菜の直販イベントのプロモーション。  
目的はイベントへの集客、及び柏崎野菜の認知促進のため。

### 《実施内容》

弊社企画制作のテレビ番組「東京カフェ」でのプロモーション。  
番組内「カフェニュース」のコーナーにてイベントの様子を放送。  
また、テレビと連動したネット・ケータイで映像配信を主としたプロモーションを展開。

### 《効果》

柏崎野菜の認知促進への貢献。  
柏崎野菜トレードマークの認知度上昇へ貢献。

## 化粧品メーカー 様



### 《プロモーション目的》

雑誌「小悪魔ageha」人気モデルの武藤静香がプロデュースした  
アイライナー・マスカラ「GOKUBIME」プロモーション。

### 《実施内容》

TV番組『東京カフェ』内の「カフェトーク」コーナーに出演。  
また番組公式ページと武藤静香ブログのリンク、及びプロモーションサイトでの映像配信を実施。

### 《効果》

商品認知の向上と共に販売数が増加。  
また、プロモーションサイトから本人ブログへの誘導による  
アクセスアップに貢献。



## 化粧品メーカー様



### 《プロモーション目的》

男性向け育毛剤のプロモーション。  
目的は小売店での販売促進。

### 《実施内容》

インパクトのあるタレント、アントニオ猪木氏に出演して頂き、猪木氏の声と映像を使ったプロモーションを実施。  
設置店舗はドンキホーテや大手ドラッグストアなど。  
商品の近くにモニターを設置し来店客に訴求。

### 《効果》

モニター設置により売上が5倍になった。

## WEBサービス企業様



### 《プロモーション目的》

3D仮想空間「meet me」の登録会員数アップを目的とした  
認知促進プロモーション。

### 《実施内容》

TV番組『東京カフェ』内にて「meet me」CMを放映。  
また番組公式ページからのリンクによる、プロモーション  
サイトでの映像配信を実施。

### 《効果》

新サービスの認知度アップとともに会員の獲得につながった。

- 商号                   グッドプランニング株式会社
- 本店所在地         東京都目黒区鷹番3-24-15nfsビル4F
- 創業                   2003年6月
- 資本金               13,200,000円
- 社員数               7名
- 営業拠点            東京
- 事業内容  
  1. インストアメディア・ルートメディア事業
  2. デジタルサイネージ事業
  3. 広告・プロモーションに関するコンサルティング事業
  4. その他サービス業
  5. 前各号に附帯関連する一切の事業

【ご相談・お問い合わせ】

メール：[try@gp777.com](mailto:try@gp777.com)

電話：03-5721-8451

FAX：03-5723-2525