vector

参考資料

過去ケーススタディ詳細

【日本】

■ドッグポップコーン／株式会社エフエスプランニング：原宿

全米で 88 店舗もあるアメリカ生まれの全米 No.1 ポップコーンブランド「Doc Popcorn(ドックポップコーン)」の日本 1 号店となる旗艦店「Doc Popcorn 原宿店」のオープンに合わせて、PR 活動を実施。

①ポップコーン缶を持って事前のメディアキャラバン

TV・新聞・雑誌・WEB に対し、約 100 缶のポップコーンを配布。

②事前プレスデーの設定

オープン前の 3 日間をプレスデーに設定。店舗側に協力を仰ぎ、終日いつでも取材できる体制を店舗に作ってもらい、オープン前 3 日間で多くの取材の入れ込みに成功。オープン前にも TV 露出を獲得。

③原宿ポップコーン戦争企画の提案

既に原宿エリアに出店して人気を集めている他ポップコーン店舗をうまく活用し、戦争企画を TV 中心に提案。ポップコーン戦争文脈で TV 多数露出獲得。

④外国人モデルによる風船フライヤーサンプリング

プレスデー3 日間とオープン日の合計 4 日間、明治通り沿いのスペースを借りて、本国アメリカの雰囲気のモデルの方にサンプリングをして頂くサンプリング活動を実施。ロゴ入りの風船とフライヤーを制作し、街を歩いている人の注目を集めるとともに、情報発信を狙い、話題化。

⑤オープン日に無料配布を実施

「フリーポップコーンデー」として、オープン日は Regular サイズを 1 つずつ無料配布。
Doc Popcorn に何かしら関係ある写真を撮って SNS にアップすることを配布条件とし、SNS での情報拡散に成功。

⑥タレントを起用したオープニングイベント

アメリカから上陸ということで、オバマ大統領とミシェル婦人に扮したノッチさんと赤プルさんをゲストとして登場させるとともに、1 日店長として、店舗で先着 50 名の接客をして頂いた。

【アジア・ASEAN】

■WIRED CAFE／カフェ・カンパニー株式会社：香港

日本の人気カフェレストラン「WIRED CAFE」が、海外初進出として香港にオープン。オープンに合わせ、オープニングイベント並びにプレス試食会を実施。

また、オープン時だけでなく、継続して話題にしていくため、リテナーで継続したメディア露出をサポート。14 年 7 月に行ったコラボレーション企画、KUMAMOTO FAIR でもプロモーションを担当。1ヶ月半 WIRED CAFE をくまもんカフェにすることで話題化に成功し、初日の 3 日で期間中の予約席が全て埋まるという大反響。

■かつや／アークランドサービス株式会社：香港

日本で約 230 店舗を展開し、1 年で 3 店舗を香港に出店した日本国内最大のカツ丼チェーン「かつや」の香港進出を、オープニングから継続してサポート。

1 周年ではスペシャル丼「滑蛋吉列三重奏」の提供を行うに当たり、プレス試食会を実施。FACEBOOK の立ち上げも行い、顧客とのロイヤリティの向上に成功。他にも、店頭キャンペーン等のセールスプロモーションも実施。香港人気グルメサイトの OpenRice で年間 3 店しか選ばれない Best Japanese Restaurant に選ばれるなど大きな成功を収めている。

今後予定している取材可能な上陸レストランに関しては、詳細が決定次第、別途ご案内させて頂きます。