パッケージ イズ メッセージ #02

#パッケージ　#インティマシー　#応援消費



ネコは箱に入るのが好きです。また箱に入っていると思ったら、よく見て！とのこと。

合格の熱い願いを山口県の防府天満宮（菅原道真公が祀られている）に奉納してくれるというキャンペーン。

クノールのスープが学校や資格に挑戦する人を応援する姿勢がひと目で判ります。

商品はこちら。  


３月３１日までのキャンペーンとのことで、店頭にあったりなかったりするかもしれませんが、

ユニークなのは、応募は葉書**のみ**という点です。

最近はスマホからすぐに入力＆応募というパターンが多くなっていますが、奉納という行為を行うので葉書という物理的な書き込みが大事ということなのだと思われます。

専用ハガキには、絵馬の書き込み欄が用意されています。



デジタル入力したものを出力して奉納することもきっとできますが、そういうやり方は、やらないという点にもブランドの考えが現れているようです。

《葉書を送る→メールで奉納の連絡が届く》

これが、このキャンペーンのすべてで、個人情報は奉納のみに利用と明記してあります。

購買証明も必要ないのです。こういった点も、この商品（ブランドや企業）の信頼を高めますし、リピート購入に繋がりますね。

このサイトから、葉書のダウンロードができます。

（https://knorr-goukaku-2022.jp/）



岩田崇（副編集長）

ネコが好きで、地域猫と遊んでいたら記事を書くことに。

90年代後半から00年代にかけてお菓子や自動車等のマーケティングに関わりながら、ものが売れることの根本には社会が豊かであることが不可欠なのに、社会の豊かさをつくる社会運営（政策）は人の意思から離れている、ここにマーケティングの方法論を応用できるのでは？と考えて起業しながら大学院で学び、仕事と研究の二足のわらじを履くようになりました。そして、 kauko.jpでは副編集長に。