

置くだけで売れる KESHIKIヘアケアシリーズ

TOPAWARDS ASIA

TOP

受賞!

●Topawards Asiaとは

「Topawards Asia」とは、アジアにおいて洗練されたパッケージデザインをTopawardsチームが月次テーマに合わせて選出し、世界で活躍されているクリエイターの方々による審査にて最も評価が高かった商品を発表する、一般社団法人Topawards Asia主催のパッケージデザイン賞です。アジアのパッケージデザイン業界の発展を目的に、受賞されたパッケージデザインをWEB等を通して世界に発信されています。



バラエティショップ月間売上
ランキング上位独占!



LOFT売筋月間ランキング

スタイリング剤を含めた全サロン用ヘアケア

総合部門上位独占! (2019.2月6日現在)

1位

2位

4位

5位

6位



KESHIKIが

今までの常識

を変えた

新たな店販を

提案します!

近況としては詰替サイズが上位を独占。ケシキのはじまり・ボトルサイズから詰替サイズに移行し始めている。リピート率の高い製品となっている。

60秒でわかるKESHIKI ガイドブック

KESHIKIは、今までの常識を全部変えました。

POINT ①毎日使いやすい価格にする事 ②知ってもらう事 ③使い始めやすいサイズにする事

KESHIKIの新しいマーケティング

価格

今までにない
新しい価格設計

商品

使い始めやすい
100mlサイズを用意

場所

サロンとバラティ
ショップの同時展開

販売促進

リアルショップと
WEBを活用
した認知促進策

目的

全ては10年続くサロン業界の店販事情を改善する為に・・・

全てはもっと多くの方にサロン品の良さを知ってもらう為に・・・

SALON USE

サロン商品の良さをもっと多くの方に知って頂く為には商品が目に見える場所を増やす事が大事だと考え一部バラエティショップ展開をしています。商品がサロン以外で**並んでいるのが問題**ではなく**価格が下落されて販売**されているのが**本当の問題**と考え正規にサロン商品を広めていく為にサロンユースという新しい定義を作りました。

変えた常識その①**ターゲット**
前 普段から店販を買っている人

変 普段から店販を**購入**していない人

変えた常識その②**価格**
前 サロン品は高く変えない

変 サロン品でも**毎日使用**できる価格

変えた常識その③**商品（容量）**
前 店販サイズは200ミリ

変 **お試ししやすい**100ミリ展開

変えた常識その④**場所**
前 サロンでのみ販売

変 **サロンユース**(バラエティショップとの同時展開)

変えた常識その⑤**プロモーション**
前 ウェブ施策+紙面媒体

変 **ウェブ+リアル**ショップでの認知促進