

弊社施設活用フットサル大会運営



冠スポンサーとして全国4会場でフットサル大会を実施。

大会参加者に対するタッチ&トライを通じて

商品コンセプトと頭皮ケアの重要性を啓蒙

◆お客様名

サンスター株式会社

◆実施時期

2018年5月～6月

◆概要

同社の定番商品である「サンスタートニック」のメインターゲットである30代男性に「男の頭皮クレンジング」の重要性を訴求するべく、キャプテン翼スタジアム全国4会場にて「サンスタートニックフットサルカップ2018」を実施。

施設内のシャワールームに同商品を設置してのタッチ&トライや、参加者・スクール生（の親世代）へのサンプリングを行いました。大会の告知及び事後レポートもサッカーキング及び各雑誌媒体で実施するなどリアルイベントと絡めて多角的な施策となりました。

商品コンセプトへの共感・理解深耕

「男の頭皮クレンジング」、「爽快感」といった同商品のコンセプトの共感を促すべく、キャプテン翼スタジアム全国4会場で「サンスタートニックフットサルカップ2018」を実施。各施設内のシャワールームに商品サンプルを設置しタッチ&トライを行うと共に、大会参加者や上位成績チームに対して商品サンプリングを実施。

<大会・施設内の模様>



大会&商品の認知拡大

サンスタートニックフットサルカップの開催告知及びリニューアルした「サンスタートニック」の認知拡大のためにサッカーキング及び各雑誌媒体にて広告展開。

<大会告知>



<商品・CP認知>



商品に対するリテンション維持

各会場での熱戦の様態を後日サッカーキング及びワールドサッカーキングにてレポート記事として掲載。同商品のファンを増やすと共に大会そのもののリピーターを獲得。

<ワールドサッカーキング>



<サッカーキング>

