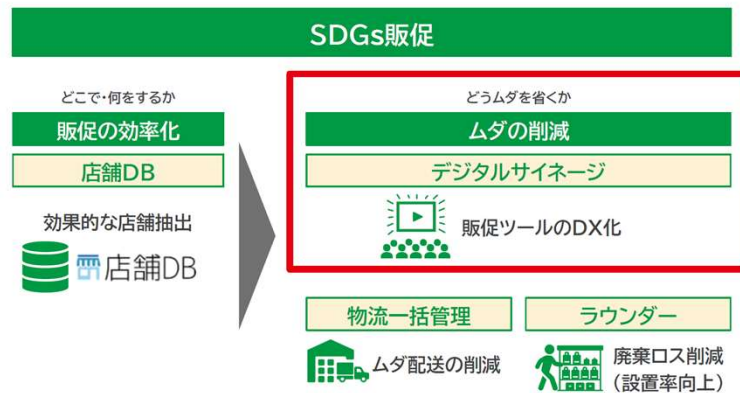


事例：インパクトホールディングス

インパクトホールディングスではコロナにより従来の試食アルバイトの派遣からデジタルサイネージへ大きく舵を切った。ここではどの店舗でどの程度販促が有効かのデータを基にメーカーへの営業を行い大きく業績を伸ばした。

「SDGs販促」による店頭販促の全体最適



定期巡回店舗の最適化

製菓メーカー様

Dgs/SM
101チェーン
1万店舗

【課題・ニーズ】
▶ ラウンダーのアウトソーシングに伴い、巡回店舗を効率かつ効果的に回るための店舗を選定したい

【店舗抽出条件】
▶ 過去の店舗巡回実績
▶ インバウンド強化店舗除外
▶ 小規模チェーン(10店舗以下)除外
▶ 僻地店舗除外

サイネージを活用した販促強化

食品メーカー様

SM/GMS
103チェーン
700店舗

【課題・ニーズ】
▶ 新たにサイネージを活用した売場で販促を検討しているが、どの店舗にサイネージを設置すべきか

【店舗抽出条件】
▶ 過去のサイネージ設置実績
▶ 過去の店舗巡回実績
▶ 30〜50代が多く住むエリア
▶ 家族世帯が多いエリア

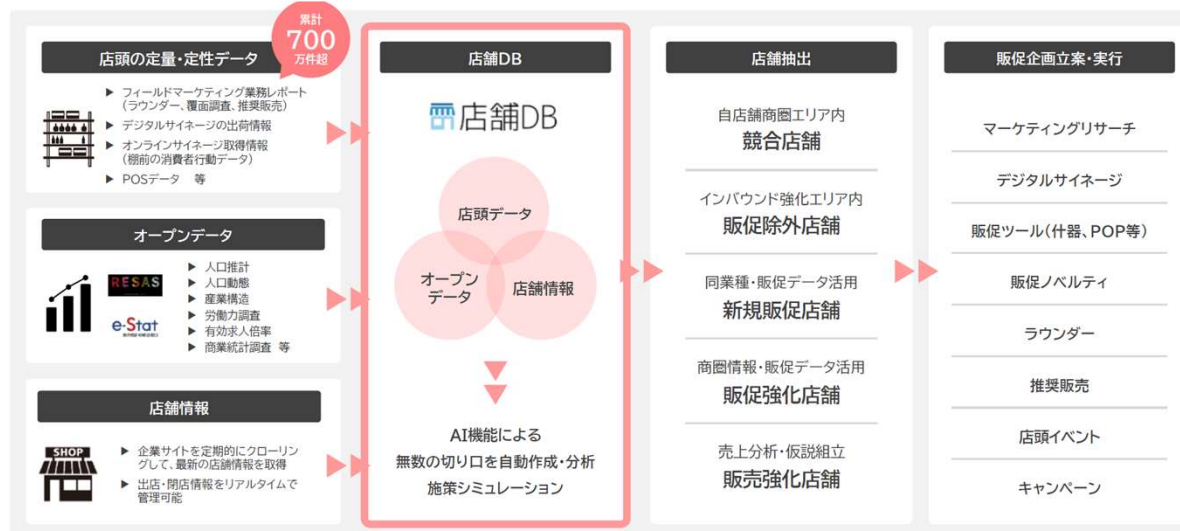
什器を活用した効果的な販促

家電メーカー様

家電量販店
26チェーン
3,000店舗

【課題・ニーズ】
▶ 新たに什器を製作したが、優先的に什器を設置する店舗を選定したい

【店舗抽出条件】
▶ 店舗ランクからAIを活用して店舗抽出
▶ 近隣にタワーマンションが多い店舗
▶ 過去の店舗巡回実績
▶ 30代〜50代が多く住むエリア



impactTV 3つの強み

30年間の売場の現場・現物・現実の3現主義によって培った提案力(売場適応力)、開発力、運用力が強み

