

#### 【課題】

## メモリーカードをじっくり選んで買う。そんな習慣を定着させるアイデア。

### サンディスクのメモリーカードとは

SDカードやコンパクトフラッシュなどの企画を作っているメーカーであり、 プロカメラマンの82.4%からも「安心のブランド」と評価されている 世界・国内シェアNO.1ブランド

大容量はもちろん、コンパクトフラッシュカード、SDカード、メモリースティックなど、 用途にあわせて幅広い ラインナップの中から お選びいただけます

フラッシュメモリーカードとして、 世界・国内シェア No.1ブランド プロカメラマンの 82.4%から 「安心のブランド」と 評価されています

## 私たちにとっての"メモリー"とは・・・

П

## 記憶。思い出。記念。

こども、両親、恋人、旅、ごはん、音楽・・・



人生そのもの

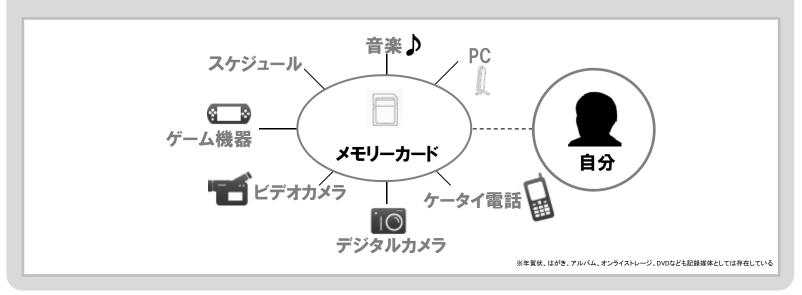


記憶、思い出をたどるとき、私たちはどうしているか?

## 頭の中の記憶や過去の記録をたよりにしている

改めて見直してみると

## 自分で機器を使って記録したものについて メモリーカードを通して振り返っていることが多い



メモリーカードは

今までも、これからも、私たちの人生にとって大切なもの

#### 実際にメモリーカードを入手するシーン

## メモリーカード=人生にとって大切なもの とは考えずに買っている人が多いのが実態です。



プロ用カメラ機器やハイスペックPCなどを使っているなど ハードに対してある程度のリテラシーを持っている人たちを除く。

#### プロモーション展開の考え方

メインターゲット

## メモリーカードにあまり興味がなかった無関心層

(比較的メモリーカードの説明を理解いただけることが予想される20~40代男女)



普段使用している機器を通じて 身近な日常の生活シーンを訴求しながら 感情移入して楽しめるゲームを開発



ゲーム自体の面白さによる話題化、ゲーム中にメモリーカードが出てくる体験を通して

メモリーカードを選ぶことの重要性に知らない間に気付いていただきます

#### CONCEPT

## もしも、自分の記憶が突然なくなってしまったら・・・



目覚めたら、自分の記憶がなくなっていた・・・・。 テーブルをみるとそこには一枚のメモとパソコンが残されていた。 「部屋の中のメモリーを探しだして自分の記憶をとりもどせ・・」と。

#### 【環境設定】

- ◆自分の部屋でおこる物語
  - →身近な日常生活シーンを訴求
- ◆メモリーカードに違った記憶(記念日の写真が)記録されている
  - →メモリカードには違いがあることを訴求
- ◆一定のメモリーカードをみつけて記憶を蓄積すると、 自分のキャラクターと記憶のショートムービーが生成される。
  - →人に伝えたくなる楽しみの提供とサンディスクのファンになっていただく
- ◆パソコンで楽しめる
  - →ターゲット層がもっとも身近にあると考えられる機器
- ◆SNSを活用した情報伝達
  - →mixiやfacebook、twitter等のSNSと連携することで多くの人に楽しんでもらうとともに 完成したキャラクター(顔と性格)・映像を友人に伝えられる手段を用意
- ◆主婦タレント等親しみのある著名人に体験していただき話題化
  - →ゲーム参加を促すための仕組みの準備
- ◆ゲームに参加していただいて生成されたキャラクターにIDを付与し、 抽選であたるキャンペーンを展開。(認知促進を主とし、オープン懸賞を中心に展開)

景品例:「自分の記念日をプロのスタッフが撮影、演出、編集しメモリーカードでプレゼント!」 「あなたの記念日をつくる資金100万円プレゼント!」

※店頭告知等にて取引付随が発生するとみなされる場合はクローズド懸賞にて実施することも検討致します。

#### プロモーション全体構造

#### OOH•WEB 【告 知/話題化】



- ◆ターゲットの目に自然と触れる であろうメディアにて告知を展開。
- ※キャンペーンサイト・自社サイトへの 誘因を図る。

#### WEB · SNS 【キャンペーン展開/認知・理解促進】

キャンペーンサイト

facebook

メモリーカードには様々な種類があり メモリーカードを選ぶ重要性を気づかせる WEB連動コンテンツキャンペーンを展開

□いね! Share: □Facebook □Twitter

◆記憶さがしゲームの進捗状況をシェアしたり 生成されたキャラクター画像や動画を公開、 シェアしていくことでネットワークを広げていきます

#### 店頭 【認知・理解促進】

店頭ツール・コピー 販売応援ツール開発

【販売員用カンタンマニュアル】

- ◆販売員に対して、シンプルで 分かりやすいマニュアル
- ◆お客様に対し、大事なメモリー カード選びなので時間をかけて じっくりと選んでいたくための お声のかけ方などのコピー開発
- ◆人生の記念日等のシーンを 訴求したカード選びのきっかけ づくりツールを準備、現ツール とあわせて理解・促進を図っていく





## SanDisk<sup>\*</sup>

# 世界・国内シェアNO.1ブランド「サンディスク」だからできること。

メモリーカード選びの重要性に気付いていただく施策展開を行い 業界全体の活性化につなげることにより 結果として「信頼されるブランド」 = 「選んで買うならサンディスク」、 さらには「サンディスク」を買ったお客様が幸せになるお手伝いを 少しでもできれば幸いです。