マンソンのピクルスとプリザーブファームのマーケティングキャンペーンのアイデア

Relecloud マーケティング チームによる準備

# 概要

* マンソンのピクルスアンドプリザーブズファームは、地元の食材から高品質の缶入り製品を生産する成功した家族経営のビジネスです。
* ムンソンズはカナダ西部と米国太平洋沿岸に忠実な顧客基盤を持ち、カナダ中部と中西部(米国)に市場を拡大したいと考えています。
* Relecloudは、食品および飲料ブランドの革新的で効果的なキャンペーンを作成することを専門とするグローバルマーケティングエージェンシーです。
* Relecloudは、広範な研究、分析、ブレーンストーミングに基づいて、ムンソンの包括的なマーケティング戦略を開発しました。
* マーケティング戦略は、ブランド ID、製品の差別化、顧客エンゲージメント、流通チャネルの 4 つの主要なコンポーネントで構成されています。
* マーケティング戦略は、ブランドの認識を高め、需要を生み出し、ロイヤルティを構築し、売上を向上させるという目標を達成することを目的としています。

# ブランド ID

* ムンソンのブランドアイデンティティは、品質、伝統、持続可能性のコアバリューに基づいています。
* ムンソンの製品は、人工防腐剤、色、味を含まない天然成分で作られています。
* ムンソンの製品は、世代から世代へと受け継がれる伝統的なレシピと方法を使用して手作りされています。
* ムンソンの製品は、リサイクル可能な包装を使用し、地元の農家をサポートし、食品廃棄物を削減するため、環境に優しい製品です。
* マーケティングキャンペーンは、ロゴ、スローガン、ウェブサイト、ソーシャルメディア、パッケージング、広告など、さまざまなチャネルを通じてムンソンのブランドアイデンティティを伝えます。
* マーケティングキャンペーンでは、ムンソンのブランドの本質を捉えるために、次のキャッチラインを使用します: "Munson's: Pickles and Preserves with a Purpose"。

# 製品の差別化

* Munsonの製品差別化は、独自の製品オファリング、優れた品質、競争力のある価格に基づいています。
* マンソンの製品は、ピクルスや保存だけでなく、ジャム、ゼリー、ソース、リシュ、チャツネでもあります。
* ムンソンの製品は、ディル、ガーリック、甘い、辛い、クランベリー、マンゴー、パインコ、ショウガなど、古典的なものからエキゾチックなものまで、さまざまな味があります。
* ムンソンの製品は、オーガニックの果物や野菜、純粋なサトウキビの砂糖、天然酢など、プレミアムな食材で作られています。
* マンソンの製品は、シングルサービスからファミリーサイズ、様々なアウトレット、食料品店から農家市場まで、さまざまなサイズで販売されているため、手頃な価格でアクセス可能です。
* マーケティングキャンペーンは、製品サンプル、声、レビュー、承認など、さまざまなチャネルを通じてムンソンの製品の差別化を強調します。
* マーケティングキャンペーンでは、次のスローガンを使用して、ムンソンの製品特典を強調します: "Munson's: More than Just Pickles and Preserves"。

# Customer Engagement

* Munson の顧客エンゲージメントは、既存の顧客との強固な関係と、新しい顧客を引き付ける取り組みに基づいています。
* Munson'sは、その製品を評価し、その物語を高く評価し、そのブランドを信頼する忠実な顧客基盤を持っています。
* Munson は、ニュースレター、ブログ、ポッドキャスト、ビデオ、コンテストなど、さまざまなチャネルを通じて顧客と交流しています。
* また、Munson は、フィードバック、提案、ストーリーを共有し、製品に関する言葉を広げることをお客様に奨励しています。
* ムンソンは、ミレニアル世代、健康志向の消費者、少数民族などの新しいセグメントに手を差し伸べ、顧客基盤を拡大したいと考えています。
* ムンソンは、ソーシャルメディア、インフルエンサーマーケティング、イベント、パートナーシップなど、さまざまなチャネルを通じてこれらのセグメントをターゲットとします。
* マーケティングキャンペーンは、メールマーケティング、コンテンツマーケティング、紹介マーケティング、ロイヤルティプログラムなど、さまざまなチャネルを通じてムンソンの顧客エンゲージメントを促進します。
* マーケティングキャンペーンでは、次のモットーを使用して、ムンソンのお客様のアドボカシーを刺激します: "Munson's: Share the Love of Pickles and Preserves"。

# 流通チャネル

* Munson の配布チャネルは、幅広い可用性、利便性、可視性に基づいています。
* ムンソンの製品は、スーパーマーケット、コンビニ、専門店、オンラインストア、農家市場など、さまざまな店舗で販売されています。
* Munsonの製品は、サブスクリプションボックス、ギフトバスケット、ケータリングサービス、自動販売機など、さまざまなプラットフォームを通じて配布されています。
* ムンソンの製品は、注目、関心、行動を引き付けるために、目立つように表示され、ラベル付けされ、宣伝されています。
* ムンソンは、カナダ中部や米国中西部などの新しい市場に参入することで、流通チャネルを拡大したいと考えています。
* Munsonは、ディストリビューター、小売業者、顧客との既存の関係を活用し、新しい関係を確立し、その範囲とカバレッジを拡大します。
* マーケティングキャンペーンは、トレードショー、クーポン、ポイントオブ購入ディスプレイ、クロスプロモーションなど、さまざまなチャネルを通じてムンソンの流通チャネルをサポートします。
* マーケティング キャンペーンでは、次のフレーズを使用して、Munson の製品試用版を推進し、購入します。"Munson の: それらを見つける、試してみる、それらを愛する"。

# まとめ

* ムンソンのピクルスアンドプリザーブズファームは、市場シェアと収益を拡大したいと考える成功した家族経営のビジネスです。
* Relecloud は、ブランド ID、製品の差別化、顧客エンゲージメント、流通チャネルに基づいて、Munson の包括的なマーケティング戦略を策定したグローバルマーケティングエージェンシーです。
* マーケティング戦略は、ブランドの認知度を高め、需要を生み出し、ロイヤルティを構築し、販売を促進することを目的とした、さまざまな創造的で効果的なキャンペーンのアイデアで構成されています。
* マーケティング戦略は、Munson のコアバリュー、ビジョン、目標に沿って調整され、ターゲット市場、セグメント、顧客に合わせて調整されています。
* マーケティング戦略は、成功と影響を確実にするために実装、評価、調整する準備ができています。