

## サッポロビール「サッポロビアファイン」 手渡しサンプリング&モバイルプロモーション事例

**主婦組織1,000名による応援団結成！  
メール配信とサンプリングのクロスメディアで、  
効果的な囲い込みに成功！**



「サッポロビアファイン」のビールなのに糖質50%オフを訴求するにあたり、リビング・パートナー1,000人から成る健康推進応援団“チームビアファイン”を結成。

4月からのメタボリック健診開始に併せ健康応援メールを毎週チームメンバーに配信した。

メンバーは知人、友人5人以上に転送し、脱メタボリックの輪を広げた。

メールの内容は脱メタボメニューレシピとプロアスリートが教えるメタボ撃退フィットネス等。

簡易モバイルサイトも制作し、メルマガでの情報を補足した。

またメンバーは、自身の試飲体験を交えながらBEERFINE(試飲缶)2本づつを知人、友人11人に手渡し配布。

12,000世帯24,000本のクチコミサンプリングを行い購入促進を図った。

### <実施概要>

プロモーション種類	リビング・パートナープロモーション
クライアント	サッポロビール
商 品	サッポロビアファイン
期 間	2008年2月~5月初旬

脱メタボメニューレシピ



プロアスリートが教える  
メタボ撃退フィットネス



### リビング・パートナーの特徴

素の生活者代表である「リビングファン」、配布などのフィールド活動にかかわる「リビングレディ」、取材活動や流通店舗などでマーケティング活動を実践する「エキスパートレディ」によって構成された女性マーケティング組織が「リビング・パートナー」です。



「素の生活者としての視点」からの、さまざまな情報提供やメッセージの発信をはじめ、付加価値の高いマーケティング活動までを、詳細な属性情報のデータベース化による“顔の見える”ネットワークで、効果的かつスピーディに行います。