



**来店以前には、85%の買い物が
どの製品カテゴリーにするかが、決まっていない。
ブランド選択は、店内で大きく揺れ動いている。**

計画購入		非計画購入	
ブランド レベルの 計画購入	カテゴ リーレベ ルの計画 購入	代替購 入	非計画購入
8.4	6.4	1.6	83.6

(日本POP広告協会調査)

**今日の市場では、「認知」が、購買を保証してくれない。
もう一つの手立てが必要。
それが、プロモーション・マーケティング体系**