

Ⅲ.酪農家などチャネルメンバーによる活動



Ⅲ.酪農家などチャネルメンバーによる活動



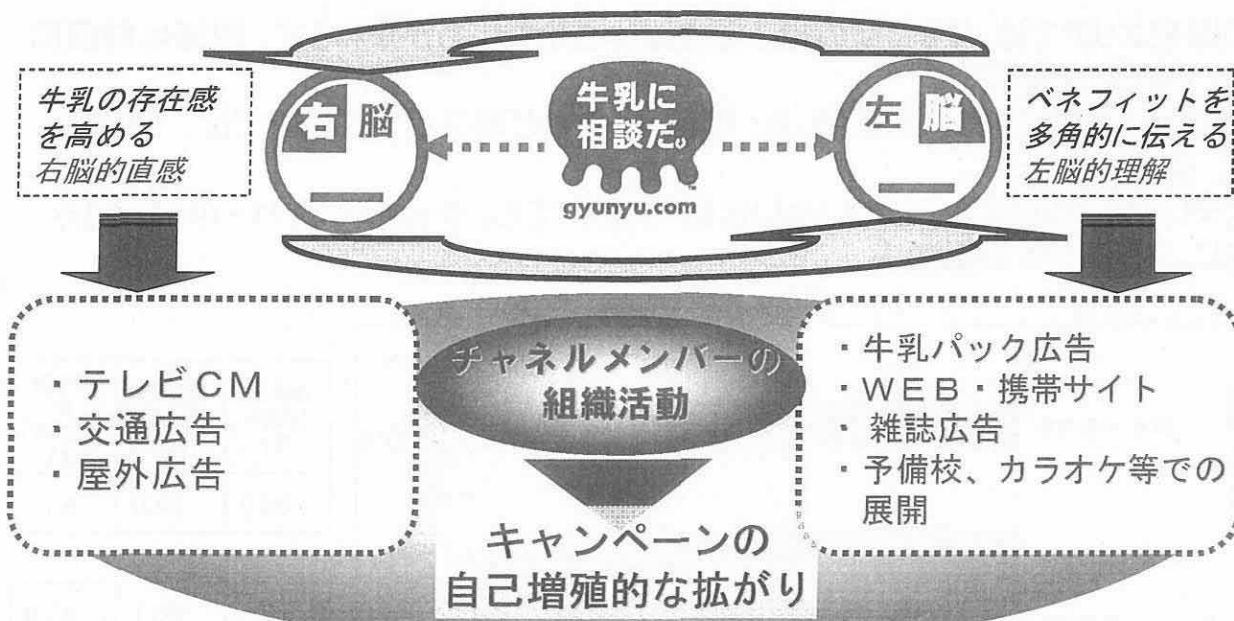
III.酪農家などチャネルメンバーによる活動



近所の診療所や薬局でも

近所のCVSにもお願い

キャンペーンの基本構造（IMCの自己増殖的展開）



中高生をターゲットに情緒的便益性と機能的便益性を統合化したコミュニケーションをメディアとチャネルの選択、集中、開発（クロスメディア戦略）によりターゲットのコンタクトポイントに即して立体化・統合化・横断化させつつ、キャンペーンを自己増殖的に成長させる