

まずは, VERB Summercard Programで Social Marketingの味見を



7

ステップ1 地域資源の動員	ステップ2 初期計画の立案	ステップ3 方略の開発	ステップ4 プログラム開発
<p>地域の連立を組織化 各組織から代表者選出 メンバーの研修</p> <p>地域連立メンバーの例： ・公園管理 ・学校給食センター ・地域企業 ・教師 ・フィットネスビジネス ・市保健センター など</p> <p>青少年委員会 各学校からの代表者 ・連立組織への アドバイス ・個別・グループ面接の 実行方法の研修 ・プログラム活動実行の 援助</p>	<p>地域メンバーとセンター： ・地域の問題を明確化 ・対象となるオーディエンス・ セグメントと行動を選択 ・SMの技術援助</p> <p>プログラムの強化： 連立組織がブランド立ち上げを 決定 プログラムの所有： ・75%ブランド認識 ・TV宣伝 ・ロゴの使用許可 ・グラフィックス ・CDCコンサルテーション</p> <p>地域ベースの活動を立ち上げ： プログラムのアイデア ・夏休み中に利用できるtweenの ための活動アウトレットを創設 ・無料・低価格の活動を提供 ・より活動的になる動機づけの ためにインセンティブの提供</p> <p>フォーマティブ・リサーチ： ・スタッフによる文献レビュー および若手研究者の研修 ・ローカルデータの収集 ・連立組織がデータ結果をもとに 4Psを使用したマーケティング 計画を作成</p>	<p>Product方略 何の恩恵を提供すべきか ・楽しさ ・友人と一緒にいること ・クール (かっこいい) ・新しいスキルにトライすること 健康や肥満予防のメッセージと 関連させない</p> <p>Pricing方略 どのように主観的な負担感を減少させる ことができるか ・競争しなくても活動 ・失敗、落胆に導かない活動 ・無料・低価格</p> <p>Placement方略 ・容易にアクセスできる 活動アウトレットを創設 ・無料の活動を提供する地域組織と 共同で実施 ・new VERBsを試みるために引き 価格で行う機会を提供するビジネスと 共同で実施 ・低収入居住地において多くの活動を提供</p> <p>Promotional方略 ・tweenに対してメッセージをデザインした ボイス (呼びかけ) を提供 ・お説教を避ける ・年長の子どもをspokespersonとする ・tweenにメッセージを届けるために種々の メディアを使用する ・tweenや親にメッセージを届けるために 伝統的でない情報チャンネルを使用する</p>	<p>・地域でプロトタイプ資料を開発する ・地域と学術的研究者がプログラム資料と 方策をパイロットテストする ・地域メンバーがプログラム活動を実行する ために必要な資源を動員する</p> <p>Pretestの結果から Tweenへの奨励 ・スコアカードの実施 ・財布にはいるぐらいに小さなカード ・友人と社会化する機会を提供 ・多様な活動を提供 ・豪華賞品を提供</p> <p>親への奨励 ・多くの無料イベントを提供 ・豪華賞品を提供 ・多忙な親を援助するイベントカレンダーを提供</p> 