

TVショッピングについて



② インフォーマーシャルの強み・弱み

- ◆ インフォーマーシャル番組では時間をかけてひとつの商品を紹介します。商品の信頼を高めるべく、商品を使用した実験や体験者の感想などを盛り込んで構成されるのが特徴です。

強み

商品の訴求が高いレベルで可能である。
 売上を単品集約しやすく、生産計画にあわせた売場(放送)計画が立案できる。

弱み

番組制作、番組枠の確保など、多大なコストがかかる。
 (大手広告代理店に依頼すると億単位の初期投資が必要)

※新規参入が容易ではない

「従来型の構造」 →

▲ ページの先頭へ

通信販売部TOP

HIGAが提案するTVショッピングの形: [メーカー様支援型TVショッピング](#) | [提案ポリシー](#) | [強みと背景](#) | [ビジネスモデル](#) | [よくある質問](#)
 テレビショッピングについて: [可能性](#) | [強みと弱み](#) | [従来型の構造](#) | [メーカー様が直接展開する場合](#) | [HIGAが提案するビジネスモデル](#)



お問い合わせ:
 通信販売事業部 03-5493-7550



MAP / PDF

Copyrights 2008 HIGA ARTS & METAL Inc. ALL RIGHTS RESERVED