

ビアボールのUSP

望月嶺 中川喬凱 平野蒼依 藤沢大耀

USPの具体的表現

(Scene/Evidence/Benefit)

- ・ 友達数人と宅飲みしても、濃さを自由に換えられるから、1つ買えばみんながそれぞれの濃さで楽しめる。
- ・ 飲みきれなくても、キャップが付いてるから、保存が可能で安心。

ポジショニング分析

従来のビール

	20代	30代	40代	50代	60代
多い		■			
普通					■
少ない	■				

ビアボール

	20代	30代	40代	50代	60代
多い	■				
普通					
少ない					

ポジショニングステートメント

割るものの種類や割合をカスタムできる自由性、
（USP1）一缶ずつ買う従来の飲み方とは異なる一つの瓶で何度も楽しめる今までにないビールの楽しみ方（USP2）宅飲みやパーティーなど大勢でも一人ひとりが楽しめる（USP3）。自分のスタイルを楽しみたい若者へ向けた（Target Customer）「らしさ」を創る次世代のカスタム系ビール