**イベント報告書**

作成者：広報 広子

作成日：2023/▲/▲

**1.イベントの概要**

|  |  |
| --- | --- |
| タイトル | ■■ POP UP in ◆◆ |
| 実施の目的 | ・既存顧客へリニューアル商品■■の認知向上、購買促進・新規顧客へ■■ブランドの世界観を発信 |

**2.イベントの詳細**

|  |  |
| --- | --- |
| 内容 | ◆◆駅構内にポップアップショップを出店・リニューアル商品■■のサンプルを配布 |
| ターゲット | ◆◆駅を利用するファッション感度の高い20～30代の女性 |
| 日時 | 2023/▲/■　～　2023/▲/■■ （3日間） |
| 場所 | ◆◆駅　▲▼コンコース |
| 宣伝方法 | ・メールマガジン配信・SNS広告（Twitter、Instagram） |
| 協力企業 | ・株式会社★★（SNS広告）・▼▲株式会社（会場設計・設営） |
| 予算 | 約350万円（見積）　→　395万円（実費）（内訳は別紙に記載） |

**3.実施実績**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1日目 | 2日目 | 3日目 | 合計 | 目標 | 達成率 |
| 来場者数 | XXX | XXX | XXX | X,XXX | Ｘ,XXX | XXX％ |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1日目 | 2日目 | 3日目 | 合計 | 目標 | 達成率 |
| サンプルの配布数 | XX | XX | XXX | XXX | XXX | XX％ |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1日目 | 2日目 | 3日目 | 合計 | 目標 | 達成率 |
| 売上金額（万円） | XX | XX | XXX | XXX | XXX | XXX％ |

**4.当日の会場の様子**

（詳細は別紙参照）

**5.メディア掲載実績**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 日付 | メディア名 | タイトル | URL |
| 2023/▲/XX | ●● | ◆◆駅で■■イベントのポップアップショップが開催 | https://~ |
| 2023/▲/XX | ▲▲ | ■■の世界観全開！イベントが◆◆駅で開催 | https://~ |
| 2023/▲/XX | ★★ | ■■の新商品詳細レビュー | https://~ |

（期間：2023/▲/XX～▲/XX）

**6.来場者の声／SNSでの反響**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1日目 | 2日目 | 3日目 | 合計 | 目標 | 達成率 |
| イベントに関するUGCの数（件） | Twitter |  |  |  |  |  |  |
| Instagram |  |  |  |  |  |  |
| TikTok |  |  |  |  |  |  |

UGCの内容

|  |  |
| --- | --- |
| ポジティブ | ・実店舗がない■■の商品を実際に手に取れてありがたい（約XX件）・従業員の接客態度がよかった（約XX件） |
| ネガティブ | ・スペースが狭すぎて落ち着いて選べなかった（約X件） |

**7.総括**

・来場者数・売上ともに想定を超えて好調な結果となった。

・SNSにおけるUGCの数も目標を上回り、同ブランドへの注目度の高さが感じられた。

・制作物のデザイン確定が遅れ費用が想定を上回ったこと、来場者に対し店舗スペースが十分でなかったことを次回への反省点としたい。