

01 ネット時代の
成功例に学べ!

日頃は言えない
メッセージを送るサービス

▶トルコのスーパーマーケットが昨年のバレンタインデーにレシートを使ったサプライズ・キャンペーンを行なった。ポイントカード会員が事前に専用サイトでパートナーへのメッセージを登録すると、当人がバレンタインデーに買い物をした際、レシートにそのメッセージが記載されて出てくる。メッセージ内容はパートナーへの愛の言葉。日々の感謝、友達への冗談など様々。プロポーズした人も3名いた。

さらに、Instagramへの投稿で映画チケットが当たるプレゼント企画も行って情報の拡散を狙った。その結果、48時間でSNSでのエンゲージメントは500万以上、いいね!は1万3,000以上を記録。売上は前年比1.6%UPした。

▶清涼飲料水メーカーがブラジルで、大切な人に感謝の気持ちを伝えるコーラの自販機を設置した。購入した清涼飲料水をビデオメッセージとともに、日頃お世話になっている人に贈れる。

プレゼントボトルは3種類の特別パッケージの中から選択。出てきたボトルをマシン指定の投入口に置き、送りたい相手の名前やメールアドレスなどを入力すると、ビデオメッセージの録画がスタートする。動画は送りたい相手のSNSへと送信され、コーラは宅配便で届けられる。

02 繁栄企業の
成功要因を探る

自社技術を転用して
新たな事業展開

▶愛知県豊橋市の漁網メーカーの社長は1990年頃、テレビで見たイタリア・サッカーのゴールネットの網目が従来の四角形でなく、六角形であることが気になった。

六角形網目のネットは、四角形網目と違い、当たったボールを包み込むようになりゴールの瞬間がよく見えて、観客の感動が大きい。

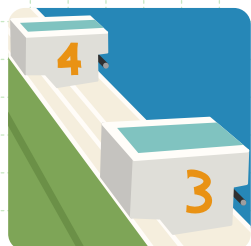
同社には、高級ちりめんじゃこになるイワシの小魚を傷つけずに獲る漁網などを製造している。その高度な技術を使って六角形網目のゴールネットを日本で初めて開発した。

1995年にJリーグのチームでこのネットが導入され、採用するスタジアムが広がっている。

▶日本のバイクメーカーY社はFRP（繊維強化プラスチック）製のボートも製造している。同社はこの技術を応用して1974年からプールも製造し、小中高等学校、世界水泳選手権大会など、総納入実績は3万8,000基を突破した。

最近、古くなったコンクリート製プールをFRP製プールで覆ってリニューアルする事業にも力を入れている。工場で作って現場で組み立てるから、大規模修繕は必要なく、一般的に90日かかる工期が45日ほどに短縮でき、建設コスト削減、低騒音、廃棄物抑制が可能になる。

現在、FRP製プールの9割を同社の製品が占めている。



Check! 進化するプロモーション手法に
要チェック! 必要な基礎知識

▶▶▶ 低コストで顧客を24時間
サポートするチャットボット 《前編》

顧客の声や質問に素早く答えることは、業種を問わず必要だが、専任の担当者が対応に当たるには費用がかかる。そのため、簡単な質問にはチャットボットで対応する企業が増えている。

● チャットボットとは?

チャットボット(Chatbot)とは、チャット(会話)とロボットを組み合わせた言葉で、会話のシミュレーションを行うコンピュータプログラムのこと。ユーザーがLINEやFacebookのメッセージなどで質問を入力するか、オプションリストから選択すると、その内容に従って応答し、チャットで会話するような感覚でサービスを提供することができる。

チャットボットには、「人工無脳型」と「人工知能型」の2つのタイプがある。

人工無脳型は、質問からあらかじめ決められたキーワードを拾って、人間がプログラムしたシナリオに沿って応答する。製品の問い合わせやサポートなど定型のやり取りなら、この人工無脳型で対応できるだろう。現在のチャットボットの多くはこのタイプである。

人工知能型は、人間の言葉や文脈を学習し、キーワードを含む文章の意図を理解して応答する。そのために大量のデータを用意して、キーワードの使われ方、文章の意味などをあらかじめ学習させる必要があり、構築にはよりコストと手間がかかる。しかし、ユーザーにとっては、任意のメッセージを入力できるという長所がある。

● チャットボットのメリット

チャットボットは、LINEやFacebookのメッセージなどのメッセージングアプリを利用してユーザーと対応できるため、独自アプリを製作する必要がない。ユーザーにとっても、アプリをダウンロードする手間がない上に、スマートフォンでも簡単にやり取りできる。

もちろん、チャットボットは年中無休24時間で顧客からの問い合わせにすぐ答えることができる。複数の対話に同時に対応可能で、順番待ちさせせることもない。人件費もかからないため、コスト削減ができる。

ボットとの会話から得られるユーザーの声には、何を知りたいのか関心があるのか、どんなものを求めているのかといった情報が含まれている。これは顧客のニーズを把握するための貴重なデータとなって、マーケティングに生かすこともできる。

チャットボットは、カスタマーサポートで問い合わせに対する回答のために利用されることが多い。既に利用されて、大きな成果を上げている会社もある。次号はその具体例を見て行こう。

次号に続く