

01 ネット時代の
成功例に学べ!

SNSを意外な形で
利用したPR

▶カナダのケチャップメーカーが、自社製品をアカデミー賞にノミネートさせるキャンペーンを行った。同社のケチャップは100作品以上のアメリカ映画に登場しているのに、ノミネートすらされないのはおかしいという主張だ。

まず同社は大手映画データベースに俳優として自社製品の名を登録したが、すぐに削除された。そこで、インスタグラムで協力を呼びかけた。同社のケチャップが登場する映画の作品名をコメント欄やFacebookで投稿して欲しいと。投稿者の中から抽選で1000名にケチャップがプレゼントされる。すると多数の作品名がコメント欄に寄せられ、人々は同社のケチャップの“名演技”を知ることとなった。

▶F1に参加するイタリアの自動車メーカーがレース会場で驚きのサービスを展開した。

専用アプリで音声を吹き込むと、SNSのボイスメッセージで、F1のコクピットにいるレーサーに送られて返信が届く。つまり、参戦中のレーサーと会話ができるのだ。実際に「(マシンに夢中で)彼女は妬いてるんじゃないの?」「ノーコメント!(笑)」というような会話がなされた。

会話は合計で1500件、レースについてのユーザーインタラクションは2.5倍に増加した。

02 繁栄企業の
成功要因を探る

ネコに特化して
人気のビジネス

▶福岡市早良区にネコを飼っている人や飼う予定のある人が入居できるマンションがある。

部屋の壁にはネコ用の階段、天井近くにはキャットウォークが設置されている。壁は塗装だけで壁紙を貼っていないため引っかき傷がついても大丈夫。窓の網戸も爪を研いでいいように頑丈ものだ。

さらに、外出先からネコのために部屋の明るさや温度をスマートフォンで操作できる。

1Kタイプで20室あるが、ほとんどの部屋が契約済になっている。

▶東京・神田神保町は本の街として有名だが、40年以上店を構えるA書店は新刊本を扱う「街の本屋さん」で、出版物の売り上げが減少してネット販売が増える中、1日に1冊売ただけでも大変な経営難に陥っていた。ところが、店主のネコ好きな娘の「ネコの本だけを集めた店にしよう」という声が店を救った。

本棚には定番の『吾輩は猫である』や絵本の『100万回生きたねこ』はもちろん、2000冊以上の猫に関する本が揃っている。置き方にも工夫をし、「面出し」という表紙が見える置き方にして、棚を見ただけで本の内容がわかるようにした。

その結果、ネコ好きな人が集まるようになり、1日に50冊売れるほどに客足が回復した。



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

▶▶▶ アンノウンマーケティングで、
どこの誰かわからない人を顧客に〈後編〉

ウェブサイトを訪ねても個人情報を提供せず、名前のわからない(Unknown)ユーザーにアプローチするアンノウンマーケティング。ウェブサイトを離脱したユーザーには再びサイトを見るように誘う施策があるが、現在閲覧しているユーザーに対してはどのようにすればいいのか。

● 閲覧中のユーザーは離脱させない

ウェブサイト閲覧中のユーザー向けの施策の基本は、サイトからの離脱を防ぐことである。具体的には以下のような手法が使われる。

ポップアップバナー

ポップアップとは、ウェブサイトの閲覧時に出てくる小さなウィンドウのこと。動的にバナーが表示されて、サイトのコンテンツより目立つ。

しかし、頻繁に出現させると目障りでユーザーが迷惑に思う恐れがあるため、ユーザーをセグメントして、適切なタイミングで適切なものを表示する必要がある。

例えば、初めて訪れるユーザーには、一定時間経過後に「初めての方はこちら」などと初訪問ユーザー向けのページへ誘導するバナーを表示する。また、サイト内のいろいろなページを見て、関心の高いユーザーには問い合わせページを案内するバナーを出す。

レコメンドの最適化

通販サイトでユーザーの購入履歴等をもとにおすすめ商品が表示されるように、アンノウンマーケティングでは閲覧した記事等をもとに他の記事や商品を勧める。

具体的にはサイドバーやフッターに表示する記事をユーザーに合わせて最適化して離脱を防いだり、ECサイトで商品を勧めてユーザー登録と購入へ結びつけたりすることも可能になる。

チャットボット

チャット形式でユーザーと自動的にコミュニケーションをするチャットボット。最近ではウェブサイト上にポップアップのように表示されて、ユーザーからの質問に回答するサービスも多い。

ポップアップバナーは一方向的な表示だが、チャットボットは対話形式で、ユーザーの関心事を聞き出すことにも利用できる。例えば、ボットを通じてユーザーに気になることを質問し、その答えに合わせてページを表示する。

このようにユーザーの希望する情報を最適に提供できると、サイトの信頼性を高めることにもつながる。

これらの施策は既にも実践されて見込み客の獲得に成果を上げている。今後もアンノウンマーケティングは多く行われるだろう。