

01 ネット時代の成功例に学べ!

あなたに電話で直接答えます
ホットラインでPR

▶今年1月1日、アメリカのメキシカンレストランチェーンが、年越しで飲み過ぎて二日酔いになった人のためのホットラインを開設した。同社のSNSアカウントに載っている番号へ電話すると、二日酔いの程度に合わせたメニューが提案される。また、抽選で10名に、1年間タコスが500ドル分無料になるギフトカードがプレゼントされた。

さらに、ネット注文した商品を週末に無料で配送するサービスも行って、新年早々話題となった。

▶動画配信サービス会社が今年の正月、オススメのコンテンツを紹介するホットラインを開設した。電話対応するのは、同社のオリジナルドラマの俳優たち。ヒーローやSFなど様々なドラマでお馴染みの人が日替わりで“相談者”の気分や好きなジャンルに合わせて、オススメの映画やドラマを紹介してくれる。

例えば、人気のSFホラードラマの出演者は、同作品を観終わった人に「きっと気に入ってもらえる」と、2人の10代の主人公がタイムトラベルの謎に挑戦する映画を勧めた。

ドラマで見る俳優から直接オススメを聞けるため、ファンの中で大人気になった。

02 繁栄企業の成功要因を探る

意外なことで
割引を受けられるサービス

▶スペインのファストフードチェーンが、商品のプレゼントキャンペーンを実施した。

対象は他のファストフードの従業員。キャンペーンのCM動画で、店舗に特別設置した裏口へ他店の店員の制服を着て訪れると、商品を無料で差し上げると告知した。

キャンペーンの対象者は限られ、誰でも利用できるものではないが、他社の従業員も食べに来るほどの美味しさをPRできた。

▶自宅でリモートワークしても騒音で邪魔されることに悩む人も多い。そこで、大手オーディオメーカーがノイズキャンセリング・ヘッドフォンの割引キャンペーンを行った。

希望者は、同社のサイトからダウンロードした騒音計測アプリで、家の中の騒音レベルを測る。すると、音の大きさがdB(デジベル)で表示される。

そして、子どもの声くらいの26dBの騒音なら2%引のクーポン、近所の工事の騒音と同じくらいの100dBなら15%引のクーポンというように、部屋の中がうるさいほど割引率の高いクーポンがもらえた。

このサービスは、利用者の状況や商品の必要性に合わせたクーポンとして注目を集めた。



Check! 進化するプロモーション手法に必要な基礎知識

見る動画から触る動画へ、ユーザーを能動的にするインタラクティブ動画《前編》

SNSや有料動画サービスなど、日常的に人々が動画に接する今、新たなマーケティング手法としてインタラクティブ動画が注目を集めている。

インタラクティブ動画の利点

インタラクティブ動画とは、動画上にリンクや選択肢などのインタラクティブ(双方向)な仕掛けが施された動画で、ユーザーが情報を選んで見ることができる。

視聴するだけの動画と比べてインタラクティブ動画は以下のメリットがある。

■ コンバージョンを獲得しやすい

動画を集中して見てもらうことは大変難しい。しかし、インタラクティブ動画は、動画内のタグをユーザーにクリックやタップさせるため、受け身の視聴から能動的な視聴に変化させる。また、自身で操作することで深い印象を残し、理解が深まりやすくなる。さらに、動画内からサイトへ直接リンクできるため、購買意欲の低下を防ぐこともできる。そのため、目標としているコンバージョン獲得につながりやすくなる。

■ エンゲージメントが高まる

自ら操作できるインタラクティブ動画は、ユーザーがその操作の先に注目する。さらに、適切なタイミングで触れるポイントを用意することで離脱防止ができ、視聴時間が長くなる。そこで上手く紹介や説明ができれば、商品や企業に対するエンゲージメントを高めることが可能になる。

■ SNSでシェアされやすい

インタラクティブ動画には、クリックで新たなアクションやストーリーが発生するものも少なくない。オリジナリティあるユニークなコンテンツを通じて、視聴者の満足度が上がれば、SNSでシェアされて多くの人に認知されることも期待できる。

■ 解析データを取得できる

インタラクティブ動画では、ツールによって異なるが、平均視聴時間、流入経路、離脱場所などの情報以外に、動画全体を通じた総タッチ数、どの場所が何回タッチされたかなど、より詳細な解析データを取得できる。これらの情報の取得・分析は、Webサイトで可能だが、動画では難しかった。それが実現することで、視聴者の興味・関心や行動を把握でき、PDCAを早く効率的に回すことができる。

では、実際にどのように利用されているか実例を見ていこう。

次号へ続く