

01 ネット時代の成功例に学べ!

主役は君だ! 企業の注目度アップ作戦

▶ 大手清涼飲料水メーカーがタイで若者をターゲットにしたキャンペーンでAR(拡張現実)機能を利用した。

EDMやヒップホップなどの人気楽曲のカラオケコンテンツを制作。同社製品の缶についているQRコードをスマホで読み取るとFacebookメッセージのチャットが起動して、そのカラオケ動画が送られてくる。スタートしてカメラで自撮りすると、画面にはアーティストの髪型や衣装と合成された自分の顔が映る。15秒の短い動画だが音楽好きな若者にウケて、1週間で30万のエンゲージメントを獲得し、売り上げも113%アップした。

▶ SNSや中古車販売サイトで自分のクルマを売る人のために、オランダの保険会社が愛車に乗ったままCM撮影ができるドライブスルーを開設した。

入り口で、セレブ風、ハリウッド風などCMの雰囲気を選択して、プロの設備とスタッフが待つスタジオに入り愛車を撮影。声優によるナレーションも入る。完成した動画は出口のタッチパネルでダウンロードし、SNSや販売サイト上で使用できる。

動画の最後にはこの保険会社のメッセージ字幕と社名が入るので、同社のCMIにもなる。

同社の売上は10%増加し、4000万以上のインプレッションを獲得することができた。

02 繁栄企業の成功要因を探る

独特なサービスで人気のホテル・旅館

▶ 栃木の雄大な那須高原のふもとにある、木立に囲まれた小さな温泉旅館は、コスプレ撮影できる宿泊プランでも好評だ。

青壁と畳の和室は照明の加減で、明るく楽しい雰囲気からホラーテイストまで幅広く使える。庭でも食事中でも撮影ができて、様々なシチュエーションに使える。女性用の化粧室は、メイクや髪のセットに使いやすいように改装し、設備にも気を遣っている。

また、利用客が那須の観光名所でもコスプレ撮影できるように、地元自治体に撮影許可を得ている。

このプランのおかげで冬の閑散期も売り上げが伸びた。

▶ 瀬戸内海の島々を結び、本州と四国をつなぐ瀬戸内しまなみ海道は美しい島の風景と雄大な橋を楽しめるサイクリングスポット。

その玄関口になる尾道にサイクリストに嬉しいホテルがある。尾道水道に隣接する海辺の倉庫を改装したホテルで、自転車に乗ったままチェックイン。部屋にはサイクルハンガーが設置され、自転車をそのまま持ち込める。

さらに、自転車のプロショップも併設され、工具をレンタルできるリペアスペースもあり、サイクリストにはとても使いやすいと評判になっている。



Check! 進化するプロモーション手法に必要な基礎知識

▶▶▶ **感覚的価値を高めてリピーターを獲得する**
カスタマー・エクスペリエンス・マーケティング (前編)

同じような商品・サービスが多い今、顧客に長く愛されるためには商品そのものの価値の他に、商品によって得られる満足度や喜びが重要になっている。

そこで注目を集めているのが、カスタマー・エクスペリエンス・マーケティングだ。

金銭的でも物理的でもない価値

カスタマー・エクスペリエンス (Customer Experience: 以下CXと略す) とは、顧客が体験する価値を意味する。商品やサービスには金銭的な価値や物理的な価値があるが、CXはその他のさまざまな感覚的価値である。

例えば、自動車の価値は目的地へ早く着くことや多くの荷物を運ぶことに加え、家族揃って買い物や旅行へ出かける喜びや、走ることの楽しみもある。この商品・サービスの利用から得られる満足感や喜びがCXの感覚的価値である。

CXを向上させると、他社との差別化ができ、他社へ乗り換えされにくくなり、リピーター獲得につながる。さらに、口コミによる宣伝効果も期待できる。

感覚的価値5つの分類

CXの感覚的価値とはどのようなものか。『経験価値マネジメント』の著者バード・H・シュミットは以下の5つに分類した。

Sense [感覚的経験価値]

視覚、聴覚、触覚、味覚、嗅覚の感覚を刺激する経験。例えばカフェの客にとって飲み物以外に、BGMやソファの座り心地がいいことも店選びのポイントになる。

Feel [情緒的経験価値]

商品やサービスを提供する際に顧客の感覚や感情に働きかける経験。例えば、家電量販店でパソコンを選ぶ時、店員が客の希望に合うものを一生懸命探したことが顧客に高い満足感を与える。

Think [創造的・認知的経験価値]

面白い、興味深い、自分が高められるなど、顧客の創造性や知的欲求に訴求する経験。例えば、行動展示を行っている動物園では来場客の知的欲求が満たされる。

Act [行動・ライフスタイル的経験価値]

新しい商品やサービスで生活が便利になる、やってみたかったことができるといった、行動やライフスタイルに訴求する経験。特に消費者が普段から悩んでいることを改善できる商品は高い価値を感じてもらえる。

Relate [準拠集団・社会的経験価値]

特定の集団や文化・思想に属しているという感覚を訴求する経験。例えば、ファンクラブや会員などのメンバーシップに入会すると、帰属意識という価値が得られる。

では、これらの感覚的価値を向上させるためにはどうすればいいか。

次号へ続く