

01 繁栄企業の
成功要因を探る

スポーツを盛り上げた
ビールのマーケティング

▶ベルギーのビールメーカーが「ビール付きのサッカーチャンネル」を売り出した。

ベルギーでは多くの人々がペイパービュー(番組単位の課金)のテレビでサッカーの試合を見ている。だが、有料放送でCMが入らないため、試合開始前、冷蔵庫にビールがなかったり、試合中にビールがなくなったりしても、近くの店へ買いに行く時間がない。

そこで同社は、視聴料金とビールを併せたパッケージを発売した。課金が完了すると、ビールが自宅に配達される。これで家から出ることなく、試合を楽しめる。

発表後2か月間で有料チャンネルの加入者は27万4,000人増加した。

▶ヨーロッパで行われた国際ラグビー大会に合わせて、イタリア代表チームのオフィシャルスポンサーであるビールメーカーA社が、ある写真をInstagram®に投稿した。

それはA社のロゴ入りグラスに、同大会のスポンサー、イギリスB社のビールを注いだ画像。イタリア対スコットランドとウェールズ対スコットランドの試合がある日に乾杯しましょうと文章も添えた。これに対し、B社も自社のグラスにA社のビールを注いだ写真を投稿して、エールを交換した。

ライバル関係にある会社が試合後のジャージ交換のような投稿をして、人々の注目を集めた。

02 ネット時代の
成功例に学べ!

コロナに負けない!
ステイホーム向けサービス

▶新型コロナウイルスの感染拡大防止のため家から出られない世界の人々に向けて、イギリスのデザイン情報サイトがDIYアイデア・コンテストを実施した。

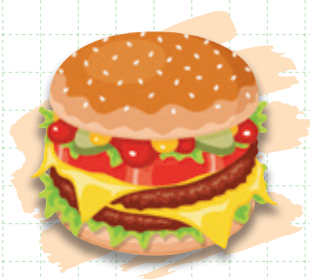
応募は、テーブルや収納グッズなど独創的なインテリアをダンボールで作し、写真を送信するだけ。18歳以上がエントリー可能だ。

優勝者には1万ドル、2位には5,000ドル、3位には3,000ドルの賞金がもらえる。ダンボールで簡単に作れるため、世界82カ国から1,500人を超えるエントリーがあった。

▶ステイホームのため学生は自宅で学習することになったが、なかなか捗らない生徒も多い。そこでアメリカのハンバーガーチェーンが、彼らの在宅学習を促すキャンペーンを行った。

毎日同社のアプリで勉強の問題が出題され、正解するとハンバーガーの無料クーポンがもらえる。分野は数学・生物・化学・文学・音楽など幅広い。数学ではシグマを使った計算問題、化学では「元素番号97・元素記号Bkは何?」といった問題が出題された。クーポンは15万件発行するまで続けられた。

また同社は、休校期間中に昼食を満腹に食べられない子どもがいることを憂慮して、アプリで注文するとキッズミール2人分が無料になるサービスも行った。



Check! 要チェック! 進化するプロモーション手法に必要な基礎知識

外部環境を見通すPEST分析で
激変する現代社会を乗り切る《前編》

事業戦略を考える上で外部環境は大きな要因となる。良い商品を作り、優良なサービスを行っても、法律で禁止されると「売り物」にならない。経済状況や人々の嗜好が変わり、売れなくなる場合もある。そして今、新型コロナウイルスの世界的な流行で社会や経済が大きく変化している。これらのコントロールできない外部環境を見通すのが、PEST分析である。

4つの要因から動向を探る

PEST分析とは、

- 政治的要因 (Politics)
- 経済的要因 (Economy)
- 社会的要因 (Society)
- 技術的要因 (Technology)

4つの要因の中長期的な将来の動向について仮説を立ててシミュレーションして行う。業界に及ぼす影響、環境変化を考える視点が得られて、現在取り組むべき戦略の構築が可能になる。

政治的要因 (Politics)

法律や条例、規制緩和、税制など、市場競争のルールに影響する要因。それらは事業に否応なく関わる。さらに広く捉えて、強制力を伴う行政の動向や、それにつながる政治的な動きも要因に含まれる。

経済的要因 (Economy)

景気の状態や成長率、物価、為替変動など、経済に関する環境変化が対象で、売り上げや利益などの業績に関係する。

例えば世帯収入が上がると多くの消費者が高品質の製品を求めるようになる。輸出中心の企業なら相手国の成長率や金利の変化も影響する。輸出入が多い事業には為替相場が大きな影響を与える。

社会的要因 (Society)

企業や消費者を取り巻く社会全般を指し、流行や風俗、ライフスタイルなどが分析の対象で、これらは顧客の需要そのものに影響がある。

ライフスタイルの変化、新しい流行、SNS上の流行、オリンピックやワールドカップなどの大きなイベントは、消費行動を変えるほどのインパクトがある。

また、大きなトレンドとして、少子高齢化や単身世帯増加も重要になる。

生活者の慣習や意識の変化は、新たな需要を生み出すこともあるため、しっかり分析することで成長市場への早期参入も可能になる。

技術的要因 (Technology)

技術がもたらす環境変化が調査分析の対象となる。技術の進歩や革新により競争力が失われたり、技術自体が新しい市場を創り出したりして、自社の体制やビジネスのあり方に影響をもたらす。

さらに、携帯電話の5G、人工知能のディープラーニング、データドリブンマーケティングなど、通信・デジタル技術、商品開発・生産技術や、マーケティング技術など、広義的な技術革新の動向もこの要素に含まれる。

ではこのPEST分析をどのように利用するか。注意点も含めて考えていこう。

次号に続く