

01 ネット時代の成功例に学べ!

ネットで困ったことを
解消するプロモーション

▶ アメリカでは1試合あたり30万人以上が利用していると言われるスポーツのライブストリーミング中継。しかしスマートフォンで観戦していると、ネット回線の不調で画面が止まってしまうことがある。

大手通信会社V社はそこに目をつけて、回線不調で見逃したシーンを教えるサービスを始めた。

試合中、Twitterでつぶやかれた「(画面が)固まった」「読み込み中」など、ストリーミングが見られない状況を表すフレーズと他の通信会社名を検索。すると、「いいところなのに固まったままだ!」というような書き込みが見つかる。そのツイートの主に同社のアカウントからリプライを送って、見逃した試合展開を教える。最後に「当社はストリーミングにベストなネットワーク環境を提供します」とつけて、同社の回線なら安定して見逃すことがないとの宣伝も入れる。

バスケットボールの試合には、元選手でバスケット界のレジェンドが自身のアカウントから参加。画面が固まって困惑している人に「いまの試合は…」とリプライを送ると誰もが驚き、大きなインパクトを与えることに成功した。

02 繁栄企業の成功要因を探る

コロナ禍に負けるな!
ビール会社のマーケティング

▶ 新型コロナウイルスの感染拡大により飲食店が休業を余儀なくさせられる中、ヨーロッパに本拠を置くビール会社がバーの支援策に乗り出した。

休業で下されたままの店舗のシャッターに同社の広告と「今日は広告を、明日はバーを楽しんで」などのメッセージを描いた。バーにシャッターの使用料が入り、同社にとっては宣伝になる。どちらもうれしいこのキャンペーンは、ヨーロッパや南米など世界5000店で展開された。

また、同社はイギリスで、ノンアルコールビールのプロモーション企画としてデリバリーサービスを行った。自宅にビールが届くだけでなく、小型のバーカウンターとビアサーバーが設置された高所作業車のゴンドラが利用者宅の窓の外、2階の部屋ならそこまで上がって来て、バーテンが注ぎたてのビールを渡してくれる。つまり、バーのデリバリーである。在宅ワーク中でも、ノンアルコールビールなので仕事に支障はない。

専用サイトで応募し、高所作業車が入れる私道のある個人宅限定だが、在宅ワークの上に、パブやバーが休業しているため気分が晴れない人たちの息抜きとなった。



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

▶▶▶ 利用者の生の声を活用する
ユーザー生成コンテンツマーケティング(前編)

毎日メディアに大量の広告が載っている。しかし、全てが信用されているとは限らない。それに対して、ユーザーによるSNSなどネットへの自発的な書き込みは生の声であり、多くの人に信用される傾向にある。

そのユーザーによるネットへの書き込みや動画、画像はUGC「User Generated Contents (ユーザー生成コンテンツ)」と呼ばれ、多くの企業でマーケティングに活用されている。

● マーケティングでのUGCの利用

● コンテストで投稿を呼び込む

よく使われる手法は、コンテストによる募集である。

アメリカのチーズブランドが、自社製品を使った料理の画像をFacebookで募集した。優れたアイデアの投稿者5名に400ドル以上するミキサーを、グランプリには合計1,500ドルのキッチン用品一式がプレゼントされた。様々な料理の画像が多く寄せられ、認知度UPに成功した。

大手カフェチェーンでは、カップアートコンテストを開催した。応募は、イラストを描いたペーパーカップの画像を、コンテストのハッシュタグを付けてTwitterやInstagramに投稿するだけ。人気の高い作品は実際にリユーズブルカップのデザインとして販売されるため、クオリティの高い作品が数多寄せられ、多くの人々に注目された。

● 公式アカウントで使用

ユーザーが作成した画像や動画にハッシュタグをつけて投稿してもらい、企業がSNSの公式アカウントで投稿素材として使うケースもある。

日本のビール会社はInstagramの公式アカウントで、消費者が撮影した商品の画像を使っている。商品の紹介だけでなく、季節感のある料理との組み合わせなど、消費者目線の新たな切り口を取り込むことができ、「いいね!」やコメントの数が平均で135%増えた。

画像の使用許可を依頼するメッセージを通じて、公式アカウントは会社とファンが一对一でコミュニケーションできる場にもなっている。

カメラメーカーは、ユーザーが自社製品で撮影した画像や多くの動画を公式アカウントで紹介している。美しい画像やダイナミックな動画は見る人を驚かせるだけでなく、自分も撮影してみたいと思う人も少なくない。

これらの他に購買意欲を喚起する方法もあるが、使用の際には注意が必要となる。

次号へ続く