

01 ネット時代の成功例に学べ!

アニメや短時間動画をプロモーションに活用

▶ 病院への付き添い、家事などの家族介護支援サービスを行う会社がPR動画を制作した。家庭で介護する人が直面する悩みを取り上げ、同社のサービスの利用シーンを紹介する内容だが、実写ではリアルすぎたり、わざとらしくなったりする。そこでアニメにしたところ、わかりやすく親しみやすいものになった。同社のサイトに掲載すると、電話・メールなどでの問合せ件数が前月比で倍増した。

▶ パソコンやスマホの周辺機器メーカーが、Twitterでの商品紹介に動画をつけたら、画像だけの場合と比べてインプレッションが1.2倍、エンゲージメントは1.7倍になった。

中でも、タブレット用タッチペンの交換ペン先を説明するツイートの反響が大きかった。添付したのは、タッチペンで書いている画像に「シャープンのような書き心地」との紹介文と「いいね」マークのイラストが表示される4秒ほどの動画。これだけで値段の問い合わせが相次ぎ、リツイートは1900件、「いいね」は2800件を超えた。短時間の動画で簡潔に伝えた方が効果的な場合もあるようだ。

02 繁栄企業の成功要因を探る

実物大の間取りで設計を確認できるサービス

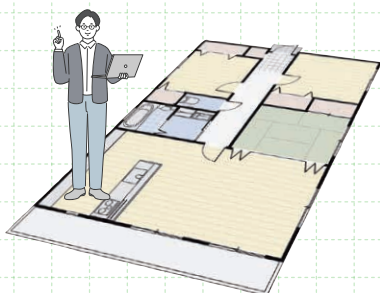
▶ 図面や模型ではなかなかわかりにくい建築前の建物の間取りを、プロジェクションマッピングの技術を使って実物大でチェックできる会社がオーストラリアに登場した。

施設は大型倉庫のような大きな建物で、何も無い広いスペースが広がる。その天井に2台、四方の壁に4台のプロジェクターが設置され、利用者が持参した建物の設計図が実際の大きさに床面に投影される。

実物大の間取り図なので、部屋や廊下、共有スペースなどの広さを実感できる。その上に家具や間仕切り壁などを配置すると、建物の各フロアの設計が目的にかなっているか、使いやすさなどを確認でき、建設計画の修正にも役立つ。

VRのように一人ずつゴーグルをかけて見るものではないので、家族や設計チームなど関係者全員で同時に見ながら検討できる。設計図を投影するだけだから、複数のフロアでもすぐ切り替えて見られるため、大型工事にも活用されている。

この会社はフランチャイズで世界進出を考えているようだ。



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

個人情報保護が常識となった今、パーミッション・マーケティングが見直されている 《後編》

ユーザーの許可を得てから情報取得や営業活動を行うパーミッション・マーケティング。個人情報保護が常識の今、その利用価値が見直されているが、効果的に行うためにそのメリットとデメリットを考えてみよう。

● パーミッション・マーケティングのメリット

● 反応が良くて、購入につながりやすい

情報の受け手は多少なりとも興味を持っているため開封率が高い。テレビCMやポスターなどの不特定多数にアピールする広告と比較して、レスポンス率も高くなる。

メールなどが拒絶される可能性も低く、顧客との関係を長く持続できる。購入歴がない人でも関心があるので商品購入に繋がりやすい。

● 低コストで運用が可能

テレビや新聞に広告を打つには多額の費用がかかるが、パーミッション・マーケティングではメール配信やSNSでの投稿を用いるため、はるかに低コストで可能になる。ダイレクトメールは印刷・郵送のコストはかかるが、対象を絞るので経費を抑えられる。

● 企業の印象を下げるリスクが減少

テレビやYouTubeに入るCMは無差別に情報を発信するため、ユーザーに対して不快感を与える恐れがある。パーミッション・マーケティングでは、そもそも顧客が商品やサービスの情報を欲しているため、不快感を与えるリスクはかなり低い。

● パーミッション・マーケティングのデメリット

● 許可を取る手間がかかる

パーミッション・マーケティングは一人ひとりの顧客から許可を得る手間がかかる。ネットでの受付ならボタンを1回クリックするだけだが、店頭で顧客から許可を得る場合は係員が手続きや説明をしなければならない。そのためマニュアルが必要になる場合もあるだろう。

● すぐに効果が出にくい

顧客の許可を得て、メールやSNS、ダイレクトメールなどで情報を継続的に送り、購入に結びつけるまでに時間がかかる。事前にWEBサイトや店頭での許可を得るためにマニュアルを作り、従業員に周知徹底させることも必要になり、その時間もコストもかかる。

また、情報送信について許可する人が少ない、許可が得られるまで時間がかかる、メルマガなどのコンテンツ制作費がかさむなど、非効率的なことが発生する可能性もある。

パーミッション・マーケティングを行うにはこれらの点を理解する必要があるだろう。