

01 ネット時代の成功例に学べ!

“中の人”の情報発信でSNSでの信頼を獲得

▶ 化粧品会社A社のSNS担当社員が個人のアカウントで、同社アカウントの“中の人”の身分を明かした上で情報を発信している。その内容は、開発の舞台裏や、自身のメイクのアレンジから店頭でテスターを使わなくても色味がわかるような投稿など、ユーザーの興味を引くものが多い。さらに、美容の習慣やよく行くお店などプライベートに関する投稿もあり、共感が集まっている。

▶ 大手家電メーカーB社のTwitterアカウントは、企業側に偏らないフラットな視点から製品を紹介している。

例えば、新発売のスマホについて、タイプやキャリアも様々で複雑なので「整理してツイートできません。申し訳ありませんがどこかのニュース記事を見てください」とはっきり投稿。新生活の時期にはお祝いのメッセージに加えて、夏を迎える前に早めのエアコンの試運転をアドバイスして、親近感が湧くアカウント運用を行っている。

この発信スタンスが信頼されて、83万人を超えるフォロワーを獲得している。

02 繁栄企業の成功要因を探る

成功のポイントは幅の狭いニッチなターゲット

▶ 今のビールは苦味が足りないと嘆く高齢ビールファンが少なくない。そこで、ドイツのビールメーカーが70歳以上の高齢者専用ビールを発売した。従来の商品より大幅に強めた苦味が特徴的だ。若い世代には受け入れにくい、人生経験豊かな世代に喜ばれている。

▶ 通信カラオケ会社が、カラオケルームで家庭用ミシンの貸し出しを行なっている。

料金はカラオケ室料と別に1回につき1,000円で、最新式のミシンとアイロン、アイロンマット、布ハサミ、チャコペンが利用できる。

昨年2月から東京・池袋の店舗にて期間限定で実施したところ、利用者から、カラオケルームは防音がしっかりしているからミシンの音も気にならないし、テーブルが大きな作業台になって便利と大好評。コスプレイヤーはもちろん、女子高生や主婦など幅広い層から人気となった。全国からサービス拡大を希望する声が殺到し、対象店舗を神奈川、名古屋、大阪の4店舗に拡大して、サービス継続が決定された。



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

▶▶▶ マーケティングミックスの4Pでマーケティングの効果的な実行戦略を策定(後編)

マーケティング戦略の策定に役立つマーケティングミックス。主要な手法である4P分析のメリットや注意点、他の手法との違いについて考える。

● 4P分析を行うメリット

■ 潜在的なリスクを回避できる

思いつきでマーケティング戦略を立案すると、製品に多くの機能を持たせすぎてその良さが伝わりにくくなるといった、失敗につながる潜在的なリスクを見落とすことがある。4P分析では製品の企画から販売まで検討するので、そのような失敗を防げる。

■ 商品の機能や値付けなどの整合性がとれる

4P分析を行うと、機能や値付け、販売方法などのバランスをとることができるため、ターゲットユーザーのニーズを満たす商品を、納得してもらえやすい価格で販売できる。

● 他の分析手法4C分析

マーケティングミックスでは以下の4Cによる分析も用いられる。

1 Customer Value(顧客価値)

顧客側が商品・サービスに感じる価値観。機能性の他にオシャレ、先進的などの情緒的な要素も含まれる。

2 Cost(コスト)

顧客側に発生する負担。労力や時間などの要素も含む。例えば、購入後の組み立てが面倒な製品はコストが大きくなる。

3 Convenience(利便性)

顧客がどれだけ簡単に商品・サービスを手入できるか。販売の場所、時間などのアクセス面から、決済手法、Webページの操作性も含む。

4 Communication(コミュニケーション)

対面やイベントなどで顧客側と接点を持つ手段。SNSやHPの「お問い合わせフォーム」も含む。顧客とのコミュニケーションにより高い販売効果を見込める。

4C分析は顧客の視点からマーケティング戦略を分析する手法と言える。それに対して4P分析は、商品を販売する企業側の視点から分析する手法と考えられる。

● 4P分析を行う際の注意点

■ 一貫性を持たせる

4P分析に一貫性がないと、マーケティング戦略の成功は難しい。例えば、製品コンセプトが初心者向けなのに価格を高くすると、ターゲット層は手を出しにくい。

■ データに基づいて分析を行う

4P分析は思い込みや願望でなく、客観的なデータに基づいて分析を進めなければならない。

これらの点に注意して4P分析を行えば、マーケティング戦略の策定に役立つだろう。