

**01** ネット時代の成功例に学べ!

**テイクアウト&デリバリーを楽しく利用促進**

▶ アメリカの大手ピザチェーンが、ゲームのようなテイクアウトのサービスを始めた。

オンラインで注文した客がクルマで来店し、アプリで到着を伝える。すると店員が焼きたてのピザを直接トランクに入れる。来店から受け渡しまでタイムリミットは2分。時間をオーバーすると次回の注文が割引になる。さらに、時間制限を8割以上の注文でクリアできるか予想するキャンペーンも実施。当たった人には総額20万ドルが山分けされる。

コロナ禍の中、客と店員が非接触で、しかも楽しく受け取ることができて、テイクアウトの利用促進になった。

▶ ゲーム機メーカーがオーストラリアの公式YouTubeチャンネルで、人気ゲームに登場する料理を人気レストランのシェフが再現する企画を実施した。2020年ゲーム・オブ・ザ・イヤーを受賞したゲームで主人公が食べるステーキサンドや、アクションアドベンチャーゲームの登場人物が食べるパスタなどが、ファンの食欲をそそった。

料理はフードデリバリーサービスで期間限定販売され、コロナ禍で苦しむ外食業界の一助になった。

**02** 繁栄企業の成功要因を探る

**SDGsを意識した取り組みがPRにつながる**

▶ 世界中に店舗を持つ家具メーカーがカナダのサイトで、不要になった家具の再利用説明書を公開した。再利用法は12種類、難易度別に3つに分類されている。

初心者向けは、ガラス窓が大きいコレクションケースを温室のようにして植物を育てるというように、製品を別の用途に利用する。

中級者向けは、ポリプロピレン製キャリーバッグに鉢植えを入れて壁などに吊るすといった簡単なDIYでOKだ。

上級者向けは、木製のサラダボウルを2つ組み合わせて片方に穴を開けて鳥小屋にするなど、電動工具を使う作業を要する。

捨てることなく再利用するこの取り組みは、環境意識の高い消費者に向けたPRとなった。

▶ プラスチックゴミの削減が求められる今、日本の大手雑貨チェーンはオリジナルのマイボトルを販売し、一部店舗内に給水機を設置している。利用は無料で、その店で買ったボトルでなくても充填できる。オリジナルアプリでは給水機がある店舗や公共機関を検索できる。SDGsに関心の高い人の来店が増えてきているようだ。



**Check!** 進化するプロモーション手法に必要な基礎知識

商品の**特徴のみならず利点を提示してプレゼンテーションを成功に導くFABE分析**《前編》

いつも営業トークや提案を聞いてもらえない。プレゼンの資料は商品・サービスの特徴を羅列するだけで、契約につながらない。そんなことになっていないだろうか。

顧客が購入を決める理由は、多くの場合、商品・サービスの特徴を気に入るからではなく、それを使用することで得られる利益に価値を感じるからである。

その利益を顧客に理解してもらうためには、**FABE分析**が役に立つ。

**FABEの4要素**

FABEとは、Feature、Advantage、Benefit、Evidenceの頭文字をとったもの。この4要素を順番に明示することによって、説得力のあるセールストークやプレゼンが可能になる。

**Feature (特徴)**

Featureは、商品やサービスの特徴で、機能や仕様に関する情報。本提案の特徴、概要説明でもある。聴き手が概要を認識できると、その後の説明が頭に入りやすくなる。

**Advantage (優位性)**

Advantageは、競合商品と比べて優れている点。「本商品は、競合の製品Aに比べて性能が30%高い」などと比較対象を示す必要がある。顧客は他社の商品と比べることが多いので、単体での性能の良さや自社商品との比較ではない。

なお、ここで比較するのは、客観的に判断できるものがよい。主観的な要素は比較が難しく、後のEvidence (証拠) で証明しにくくなる。

**Benefit (顧客便益)**

Benefitは顧客が商品・サービスを通じて得られる利益のこと。特に、社内での稟議を必要とするB to B向け提案では、「その商品を使用するとコストが月に50万円削減できる」、「売上の15%アップが可能」というように具体的な数値で示すことが求められる。

**Evidence (証拠)**

Evidenceとは優位性や顧客便益についての証拠。相手方が信用し、納得するためには、客観的で確度の高いデータが不可欠だ。国が公表している統計、大学や研究機関による調査研究データなどが活用できる。また、利用者の声も大いに役立つ。

B to Bの場合では他社の導入事例が効果的な証拠になる。企業は同業他社の事例に関心があるため、採用された理由や目的、導入前後での変化についての説明は説得力を持つだろう。

これらの要素からどのように商品・サービスの利点を分析するか。具体的な内容と注意点を検討しよう。

[次号へ続く](#)