

01 ネット時代の
成功例に学べ!

**容器は小さくしても内容量は同じ
レントゲン写真で証明する広告**

▶ 2024年9月、食品メーカーA社は商品のポテトチップスの内容量を変えずに、紙製筒形容器の高さを15mm短くすることを発表した。しかし、それでは中身まで減ったように見えてしまう。そこで同社は10月、内容量は同じことをPRするため、東京・新宿駅の地下通路に縦約2m・横約145mの巨大広告を掲示した。

広告の左側には「コンパクトになって内容量そのまま」と大きく書かれ、中央に新旧のパッケージを並べて比較する写真が入っている。その右には「X線で検証してみた」というキャッチコピー。広告を右斜から見ると、方向によって違って見える特殊な加工技術で新旧両方のパッケージがレントゲン写真に変わり中身が透けて見え、ポテトチップスは同じ量であることがわかる。

A社は同時にSNSで、アカウントのフォローとリストで50名に当たるキャンペーンを実施。「わかりやすく説得力ある」のコメントに加えて、「コンパクトになって嵩張らなくていい」「内容量は同じで嬉しい」との声も寄せられた。

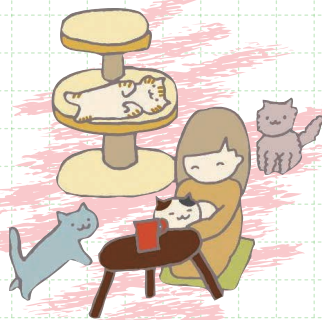
02 繁栄企業の
成功要因を探る

**住宅リフォーム会社が
くつろげる猫カフェを運営**

▶ 名古屋市北区で住宅のリフォームを手がけるB社が、同区内の商店街で猫カフェを運営している。ビルの3階にある店内は板の間にカーペット敷きで、来店客は靴を脱いであがる。床にはちゃぶ台とネコ用のベッドなどが置かれている。カフェというより自宅の居間のように、ゆっくりとくつろげる空間だ。料金は1時間で大人が1,300円、子どもは700円。壁にはキャットタワーが備え付けられ、ネコが伝っていくと天井にあるキャットウォークに登れるようになっている。

運営するB社は、ネコと楽しく暮らすための住宅リノベーションを提案し相談も受け付けている。居間のような店の空間は、ネコと一緒に日常生活を想像できそう。キャットタワー、キャットウォークの設備はリフォームする際の参考になるだろう。

店内には保健所から引き取った保護猫もいて、来店客が希望すれば飼い主になることもでき、ネコの保護活動にも一役買っている。



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

**消費者に有益なコンテンツを提供して関心を
惹きつけるインバウンドマーケティング《後編》**

SNSやWebサイトを通じて消費者に有益な情報を提供し、自社の商品・サービスを認知してもらい購入につなげるインバウンドマーケティングは、実際どのように行われているか。さらにその注意点も考える。

インバウンドマーケティングの事例

大手飲料メーカーA社は料理レシピを紹介するサイトを運営している。レシピの検索は食材のほか、合う飲み物からでもできる。対象はビール、ワイン、ウイスキー、焼酎、紹興酒など種類が豊富だ。レシピの検索結果はつくりやすい順やカロリーの低い順に表示することもできてとても使いやすい。

家電や収納用品のメーカーB社はオウンドメディアのオンラインマガジンをつくり、家事・収納・健康などに関する情報を発信している。掲載するのは、家庭でできる羽毛布団の洗濯と干し方、電球の口金サイズの種類と確認方法といった生活に役立つ情報が多く、ページの最後に関連する商品の紹介が載っている。

また、同社が取り組む社会貢献活動について社員が登場して紹介するページもあり、ユーザーから信頼を集めている。

クラウド型のCRMプラットフォームを提供するC社は、ブログでマーケティング、営業、Webサイトの作り方などのビジネスに役立つ情報を掲載。さらに、自社サイトでEメール用署名作成ツールや動画クリップ作成ツールなどの役立つツールも利用でき、見込み顧客の獲得につながっている。

インバウンドマーケティングの注意点

成果が出るまで時間がかかる

インバウンドマーケティングは消費者が自社サイトやSNSの情報を見て自社に興味を持ち、地道にコミュニケーションをとることで購入につなげるため、成果が出るまでに時間がかかる。その前に、見込み顧客の検索結果の上位に自社のコンテンツが表示されるように検索エンジン最適化(SEO)対策を行うこともあり、その場合はさらに時間が必要となる。

社内体制の整備が必要になる

消費者の役に立つ良質なコンテンツを安定的に提供するためには、企画・制作・運用する社内体制を整備しなければならない。外注するとしても経費とチェックするための人員が必要である。