

スマートフォン販促

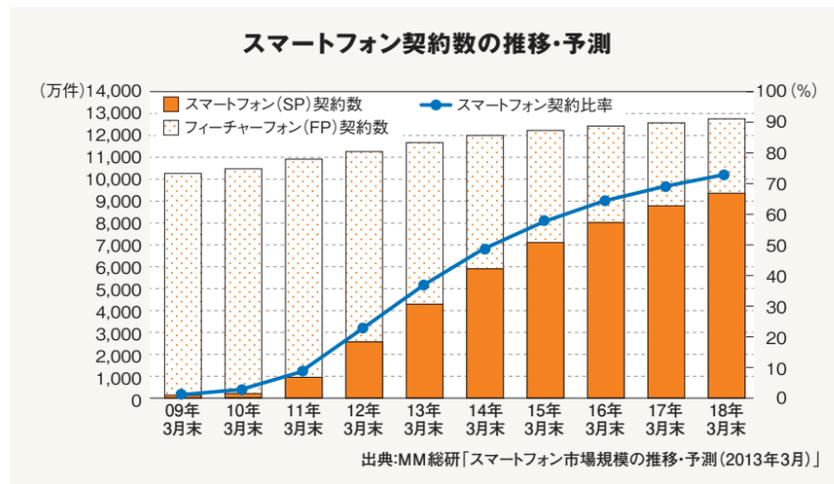
企業の販売促進活動において、スマートフォンを活用すること。スマートフォンの持つ特性(操作性の高さ、常時インターネットに接続できる環境、リッチコンテンツの提供が可能など)を生かし、ユーザーに店頭やウェブ上での購買を促していく。

オウンドメディアのスマートフォン対応が鍵

スマートフォンの普及が急速に進んでいる。MM総研の調査では、2014年度中にスマートフォンの契約数がフィーチャーフォンを抜くことが予想されている。こうした状況に伴い、当然企業もスマートフォンを活用した販促活動を強化。スマートフォン販促はO2Oにとって切っても切り離せなくなっている。

まずは、多くの企業が自社のオウンドメディアをスマートフォンへ最適化することを進めている。ユーザーがスマートフォンからサイトにアクセスしてくる以上、その受け皿を最適化しなければならない。また、顧客を囲い込み、メールを配信できるツールもスマートフォンに対応してきている。さらに、新たなオウンドメディアとして、オリジナルのアプリを制作する企業もある。O2O施策としては、こうしたサイトやメール配信ツール、アプリ上で会員化を促し、クーポンを配信したり、メールを送ったり、ポイントを付与することで来店を促すものが主流になり、成果を上げている。

また、外部のO2Oプラットフォーム



ムと連携する試みも進んでいる。位置情報と連動し、ユーザーが商圈エリアに近づいたタイミングで情報をプッシュするアプリも登場している。

取得したライフログをプロモーションに生かす

特に重要になるのがソーシャルメディアとの連携だ。そもそもスマートフォンが日常的なコミュニケーションで使われるため親和性は高い。また、ソーシャルメディアへのアクセスはPCよりもモバイルデバイスの方が多く、連携を図る上では欠かせない。フェイスブックやツイッターなどで情報を拡散させることで、既存顧客だ

けでなく新規顧客へのリーチが期待できるだろう。

最後に、ユーザーがスマートフォンを用いてサイトにアクセスしたり、クーポンを活用したり、アクションを起こせばそのデータを企業側が取得できる。NFCが搭載される端末も多く、活用すれば購入情報も取得できる。そのライフログとも言えるデータは、プロモーションにおいては宝の山だ。ユーザーの購買・使用履歴に基づいて顧客を管理し、セグメントごとにアプローチすれば、プロモーションの効果は格段に高まる。これが、スマートフォン販促の最大のメリットと言えるだろう。

4,000店を超える企業が導入 スマートフォン販促のプロフェッショナル

INTERVIEW | ClubNets クラブネット



代表取締役社長
富安 仁氏

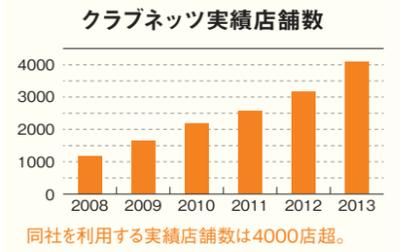
モバイル中心のO2O施策、オウンドメディア構築、ライフログ活用を各社が進めている。特にスマートフォンが爆発的に普及する中で、その対応が企業の成長に避けては通れないものに。そうした中、SNSと連動もできるスマートフォンサイト制作「スマートムーバー」、検索サイト対策のSEO・MEOサービス、メール配信・会員管理・SNS拡散などができるスマートフォン販促ツール「メールムーバー」を低コストで提供し、徹底的にサポートを行い、業績を伸ばしている会社がクラブネットだ。

スマートフォン販促・O2O販促を実現するうえで必要になるのがスマートフォンサイト。その制作に向け同社が提供するのが「スマートムーバー」だ。CMS*1でシステムに詳しくない人でも簡単に制作ができ、ニーズが高いSNS連携も特長だ。新着情報を入力するとフェイスブックやツイッターに一元管理で投稿され、いいね・ツイート・LINEで送るボタンをサイト設置も一括で可能。さらに、PC・スマートフォンからのネット検索が増えても、スマートフォンユーザーは検索結果ページを2ページ目までしか見ないため、SEOやMEO*2も支援。同社 代表取締役社長 富安仁氏は、「低コスト、短時間でサイトを構築し、来店の機会損失を防止。サポートチームで使用方法まで提案しており、モバイルファースト時代の販促を支える」と胸を張る。

同時に、最近話題のオウンドメディア施策の中心として、販促をトータルで支

援するのが「メールムーバー」だ。その機能は大きく二つ。一つ目が顧客管理とメール配信、集計分析だ。蓄積したライフログを分析し、来店頻度が多い顧客や高額商品の購入者、休眠顧客などに限定したメール配信など、ワンツーワンマーケティングが可能だ。また、アンケート対応しており、メールをSNSでシェアできる機能も。富安氏は、「会員への情報発信だけではなく、SNSで口コミを拡散させ、新規顧客の獲得もできる」と話す。

二つ目が、専用端末機にスマートフォンをかざすとスタンプが貯まる機能。顧客の来店頻度や購入金額を把握し、FeliCaが搭載されていない端末には専用無料アプリも完備。機器から発する音を読み取りスタンプを付与する。



こうした機能で、すでにアパレルや宿泊、飲食店、自動車販売など幅広い企業に採用され、実績は全国で4,000店を超える。広告会社や媒体社、印刷会社などへのOEM提供も全国100社以上の実績があり、プロが認めたサービスと言える。

VOICE

店舗販促のプロが語るメールムーバー

株式会社エイムクリエイツ
広告事業本部 デジタルコミュニケーション担当 課長
根岸 洋一郎氏



エイムクリエイツの広告事業本部では商業施設の広告や販促のお手伝いを主な業務としています。その中で最近ではマス広告が効きづらくなっており、スマートフォンを中心としたオウンドメディアやアーンドメディアの活用が重要と考えています。そこで、広告効果を高めるために、顧

客の囲い込みやマーケティングツールとしてメールムーバーを6年以上にわたり商業施設に導入し、運用をサポートしています。導入を推奨する理由の一つがその使い勝手の良さ。商業施設の担当者には忙しい方が多く、難しいツールでは、すぐに使わなくなります。その点、メールムー

バーはサポートもしっかりしている上、管理画面は分かりやすく、情報をタイムリーに発信できます。しかも、フェイスブックやLINEなどへの連携機能も良い。更に、お客さまへのアンケートや、ターゲット層を抽出できる機能もあり、利用客の声を聞く時などに活用しています。