

マーケットと連動した形での販売促進

Created by J'zheart

インターネット利用による情報発信のスピード化と効率化をはかるとともに、顧客からの情報収集が行える場所を設けることで、顧客の最新動向がわかるようになります。さらに、リアルな部分でのキャンペーン活動とDM 配信なども連携をして、PR する顧客に対して適正な商品情報の提供を最新の技術の利用のもとではかり、販売促進のための支援をするとともに、情報サービスの向上と企業イメージを高めていきます。



新商品のキャンペーン時に、販売促進のためのチラシや DM の配布、ホームページからの情報告知、商品 PR のためのイベントの開催、これらの案内告知と実際の営業活動とをうまく連携させれば、販売促進効果は相乗的に高められます。ユーザーの関心を集め、ユーザーの情報収集やニーズを把握すること、その個別のユーザーごとに販売促進アプローチをおこなうことがポイントです。

● モバイルファースト

モバイルサイトは PC サイトやリアル事業と連携したプロモーションツールやキャンペーンツールとしての利用など、販売促進の支援効果は非常に大きい。モバイル広告は時間と場所を選ばず、パソコンを利用しないユーザーに対してもウェブ広告・メール広告として配信が可能です。B TO B の告知スタイルよりも個人の one へのアプローチが重要となりました。

● 高品位デジタル印刷機の活用

顧客のニーズも多様化することで、ある顧客だけに特化させた形で広報することも必要です。ハイグレードなデジタル印刷で、広報資料を必要部数のみ作成して配布することは、企業イメージと合わせた「広告効果」を生みます。

● Twitter, Line, FaceBook

広告プロモーションとして見せる手法に関して「ユーザー参加 × リアルタイム」にシフトしており、Facebook では、自社で広告記事を書いて簡単に自社の広告も打つことができます。大切なことは、ただ、制作するのではなく、どう活用して見せるかです。

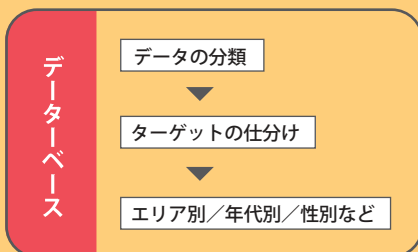
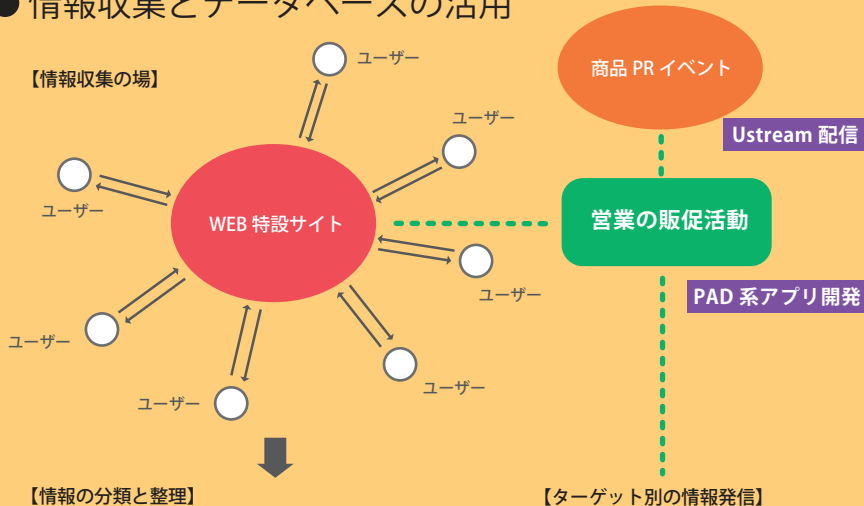
● CG バーチャル・プロモーション

VR であれば、簡単に自由なアングルで CG パースやアニメーションを作成でき、VR データは商業パンフレットやプロモーションビデオ、バーチャルショップ、バーチャルステージなどエンターティナー分野にも活用できます。AR の技術で、スマートフォンを活用して、情報を補うツールとしての利用も有効です。

VR(仮想現実)・・・Google 全開で観る仮想世界
AR(拡張現実)・・・現実に情報を透かして観せる手法

■ 企業の製品プロモーションの参考モデル

● 情報収集とデータベースの活用



- デジタル・バリアブル印刷
- 分類別の DM やフライヤー発送
- 携帯電話の販促メール
- メールマガジンの送信
- 商品 PR イベントへの招待

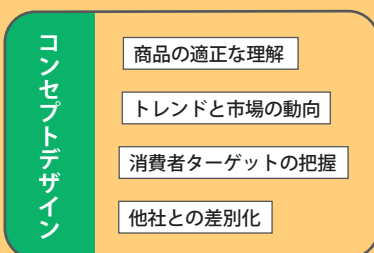
ポイント

- (1) ユーザーからの関心を引くだけの魅力あるコンテンツ
- (2) ユーザーの情報を如何に収集するか
- (3) 実際の営業の販売活動との連携と支援プロモーション

● 最適なプロモーション手法の選定

【商品と市場の適正な把握】

【最適なプロモーションの検討と選定】



- コスト/納期
- ターゲットの数・場所
- 商品説明に最適な手段
- 関心を持たせる手段

- 印刷の様式
- DM
- バンフ
- チラシ
- ポスター
- 地域広告
- メール
- WEB
- U ストリーム
- ツイッター
- SNS
- CG
- 映像
- テレビ
- イベント
- その他

※ユーザー情報の的確な把握と戦略に向けてのコンセプト作成が重要です