



日本最大級のファンサイト モニブラを利用したマーケティング



アライドアーキテクト株式会社

代表取締役社長
中村壮秀

「モニブラ」のコンサルタントチームマネージャー

津下本耕太郎

自己紹介



アライドアーキテクト株式会社

代表取締役社長 中村 壮秀

1974年生まれ

1997年3月 慶應義塾大学理工学部計測工学科（現物理情報学科）卒

1997年4月 住友商事株式会社入社。リテール部門にて新規事業会社の設立、運営を担当。

**2000年6月 株式会社ゴルフダイジェスト・オンラインの設立に参画。
同社の売上の80%を担うEコマース事業の企画、統括。**

2005年8月 アライドアーキテクト株式会社設立、代表取締役に就任

モニプラ



ファンブロガー蓄積型でブログマーケティングできるプラットフォーム
として2008年にスタート。低価格で開始しやすいのが特徴

モニプラはみんなと企業が色んなイベントでつながる場所です

よくある質問 | お知らせ | お問い合わせ | ログイン | [ご出版希望の企業様](#)

モニプラ NEWS 8/22アパレル「エチカの鏡」で紹介されました ★イベント総数 10,484 ◆投稿総数 1,325,752 ●開催中イベント数 261

モニプラトップ | イベントを探す | ファンサイトを探す | [初めての方へ](#) | [モニプラ参加ガイド](#)

Happy Merry Christmas

モニプラのクリスマス特集

街中にイルミネーションやツリーが輝きはじめる時期、ワクワク気分が高まる時期、家族と、仲間と、恋人と…クリスマスを楽しく過ごすためのイベントをご紹介します！

[キャンペーン](#)
[モニプラとは](#)
[イベント特集](#)

[新規メンバー登録](#)

[初めての方へ](#) | [よくある質問](#)

[ログインする](#)

[Twitter IDでログイン](#) | [Yahoo! IDでログイン](#)

ブログのイベント: 223件 | カキコミのイベント: 8件 | 写真のイベント: 10件 | 動画のイベント: 4件 | つぶやきのイベント: 7件

参加してみよう! **おすすめのイベント** [イベントって何?](#)

[人気急上昇](#) | [大量](#) | [締切間近](#) | [高確率](#) | [新着](#)

【OAKS】プレゼントに最適★生チョコのような自家製ガトーショコラ10名様!

ランキング: **1位** | 御茶ノ水、神田、秋葉原のレストラン パーOAKS

軽いつけ心地【エステメド】BBミネラルパウダーファンデーションのモニター大募集!

品品 スレミアムモールからの おすすめセール

68%OFF

すっぴん自慢になる! **【素肌畑】クレンジングシリーズ3点セット**

野菜のサブウェイファンサイト > イベント > 【大量募集】サブウェイ人気No.1!『えびアボカド』...



【大量募集】サブウェイ人気No.1!『えびアボカド』無料お試しモニター募集!!



モニタープレゼント **『えびアボカド』無料お試し券**

モニター数 **120名**

参加バ切 **5日前**

選考方法 **選考 発表日: 12/16(木)**

参加する

新着!
みんなの
ひとこと

うーるん
サブウェイのパンが大
好きです。えびア...

いち子
サブウェイ行ったことが
無いので、是非...

よる
サブウェイ大好きです
☆☆自宅では作...

イベントへのひとことを書く

日本サブウェイ株式会社からのメッセージ

こんにちは!

日本サブウェイ モニブラ担当の二見です。

今回のイベントは、大量募集!!

人気No. 1の『えびアボカド』の無料チケットを100名様にプレゼント!

メニュー

[トップ](#)

[イベント](#)

[ニュース](#)

[コミュニケーションボード](#)

[ファン紹介](#)

企業紹介

日本サブウェイ株式会社

世界90カ国33000店のサンドイッチチェーン!

店内で焼き上げたパンに新鮮野菜とハムやチキンなどをたっぷりサンド。パンの種類や野菜の量、ドレッシングなども自由を選んで、自分だけのオリジナルサンドイッチを楽しめます。

開催中イベント



【野菜のサブウェイ】大人気サンドイッチBLT...

~12月5日



導入実績1000社以上 最近は大手企業の参加も増加



森永製菓

カルピス

サブウェイ

ドトールコーヒー

シマダヤ

ハウス食品

ニチレイ

メグミルク

マルコメ

井村屋

ハウスウェルネス

ブルックス

スリーエフ

KDDI

やずや

東宝

住友スリーエム

ニッサン石鹸

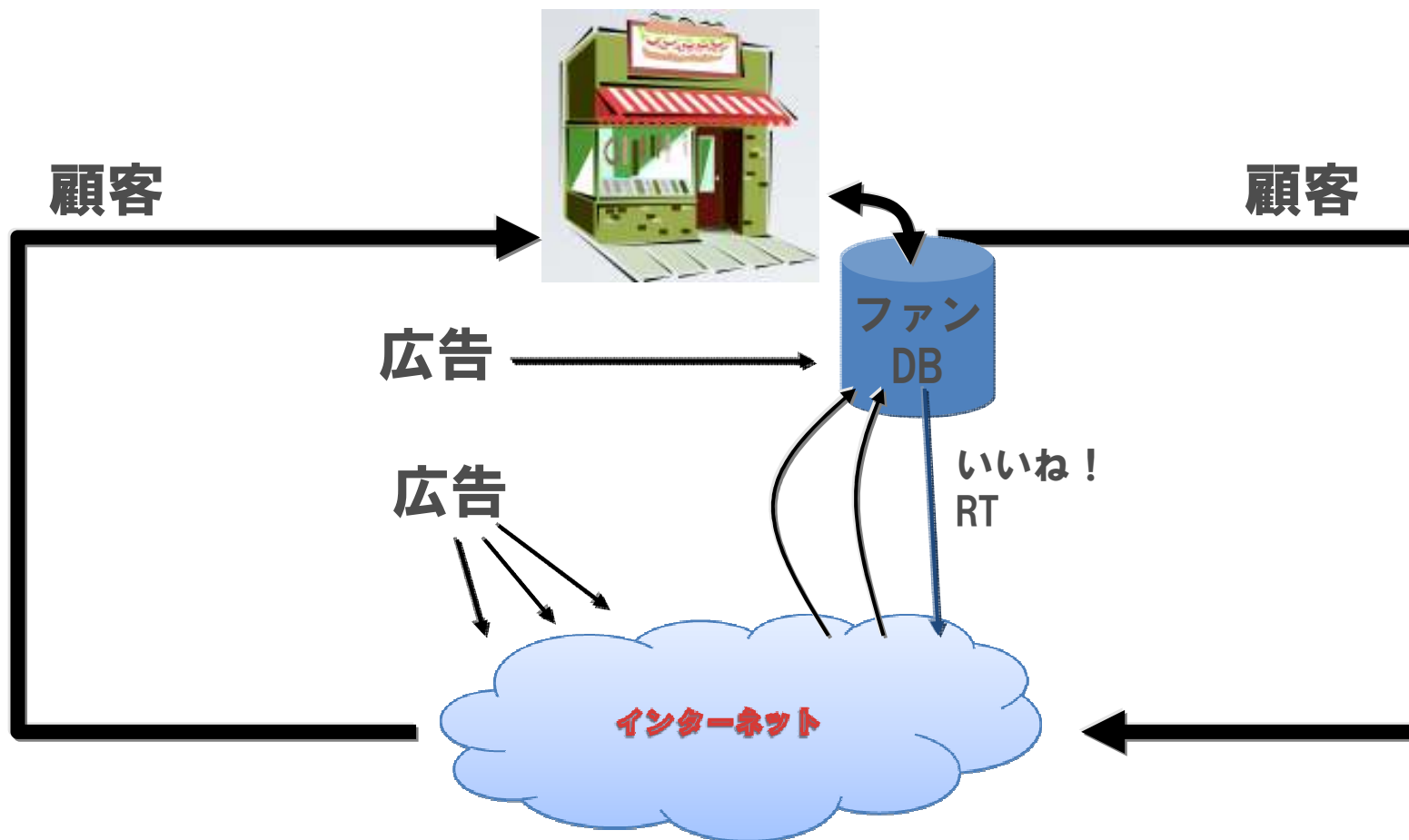
メリーチョコレート

シェイプアップハウス

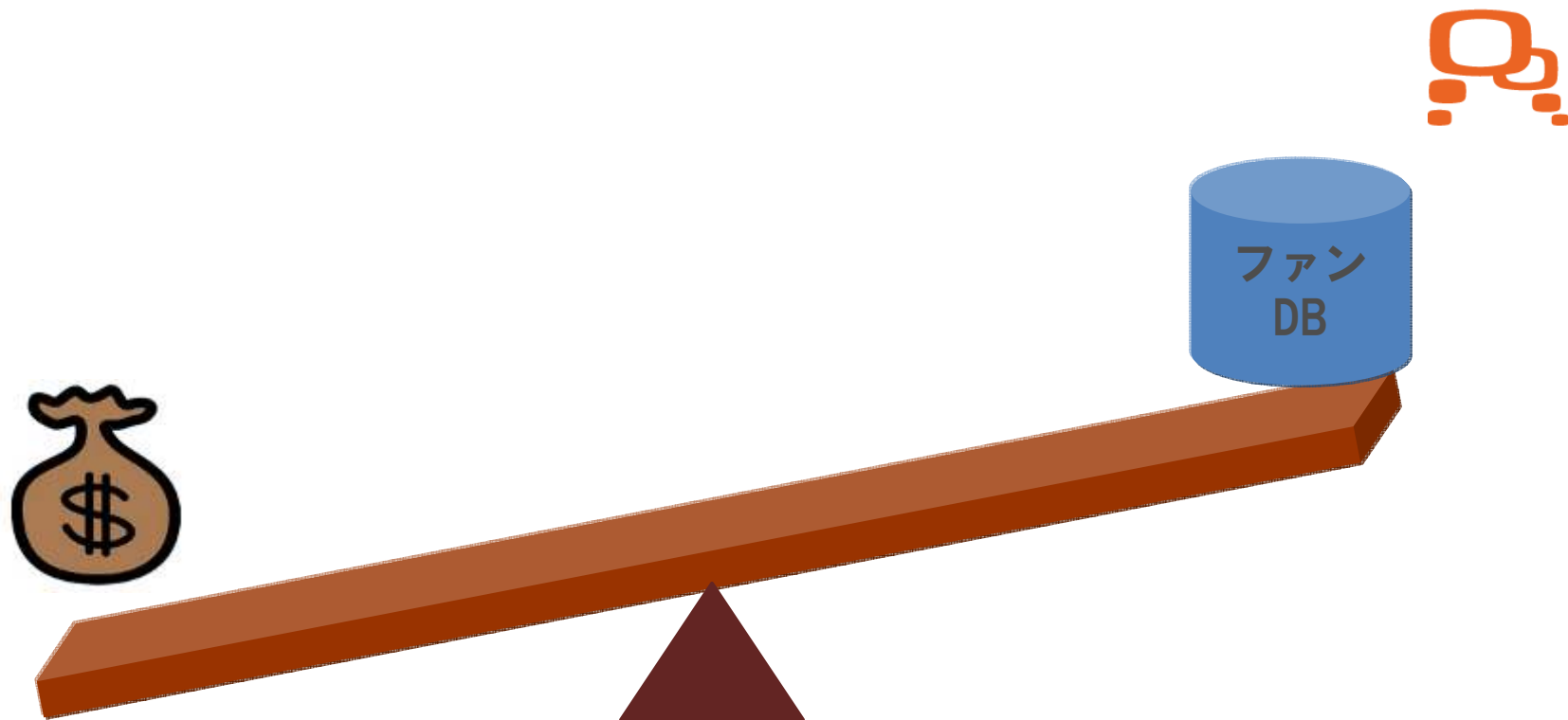
小学館

ゴールドウィン

今起こっていること



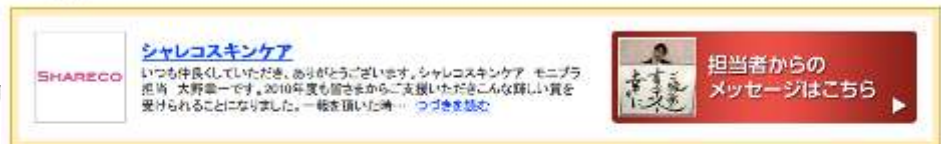
お伝えしたい事①：広告の考え方がスルーから溜めるへ



- ①質を高める（影響力、マッチ度）
- ②量を増やす
- ③仲良くなる

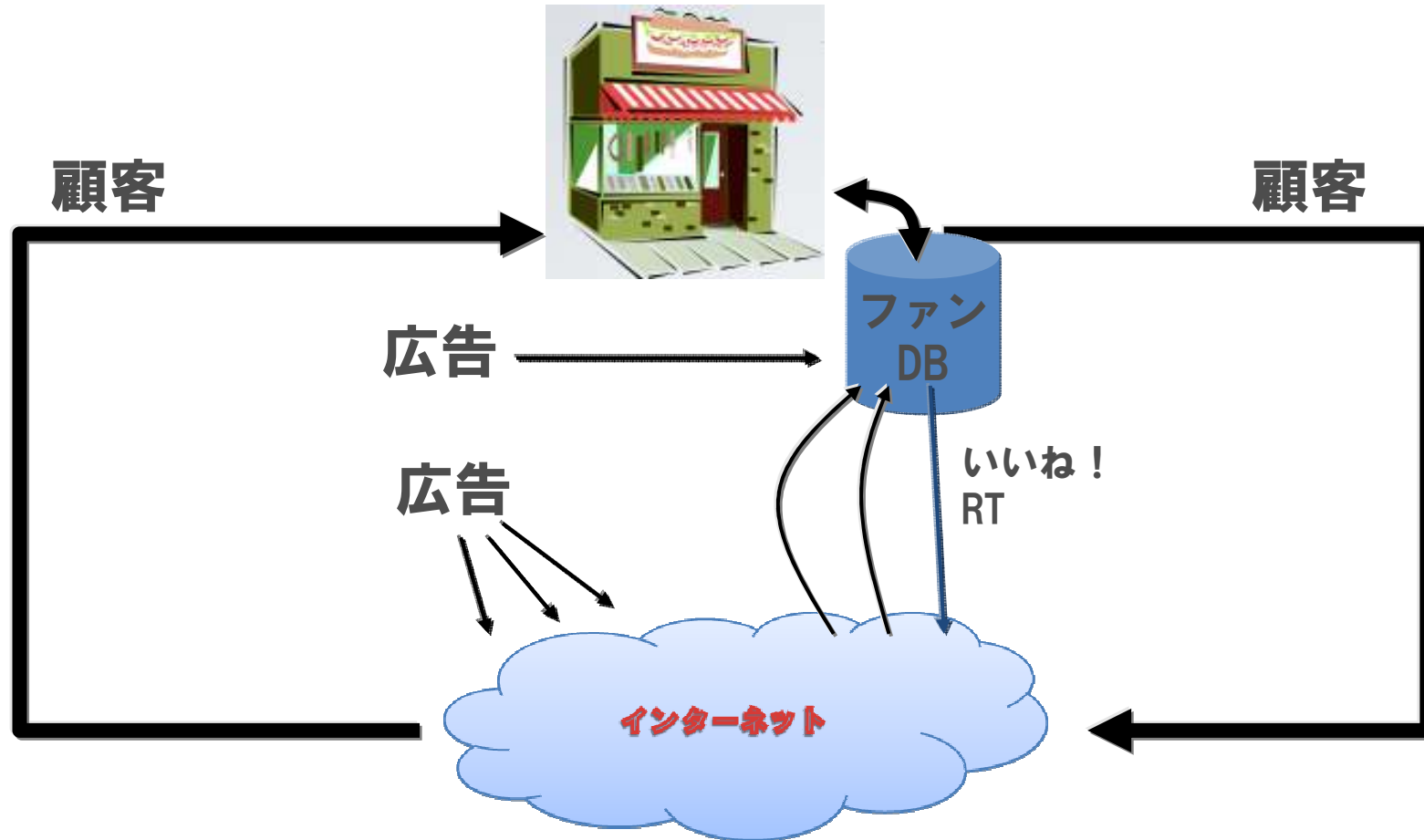
お伝えしたい事②：
お金じゃ買えない友達付き合いに似ている

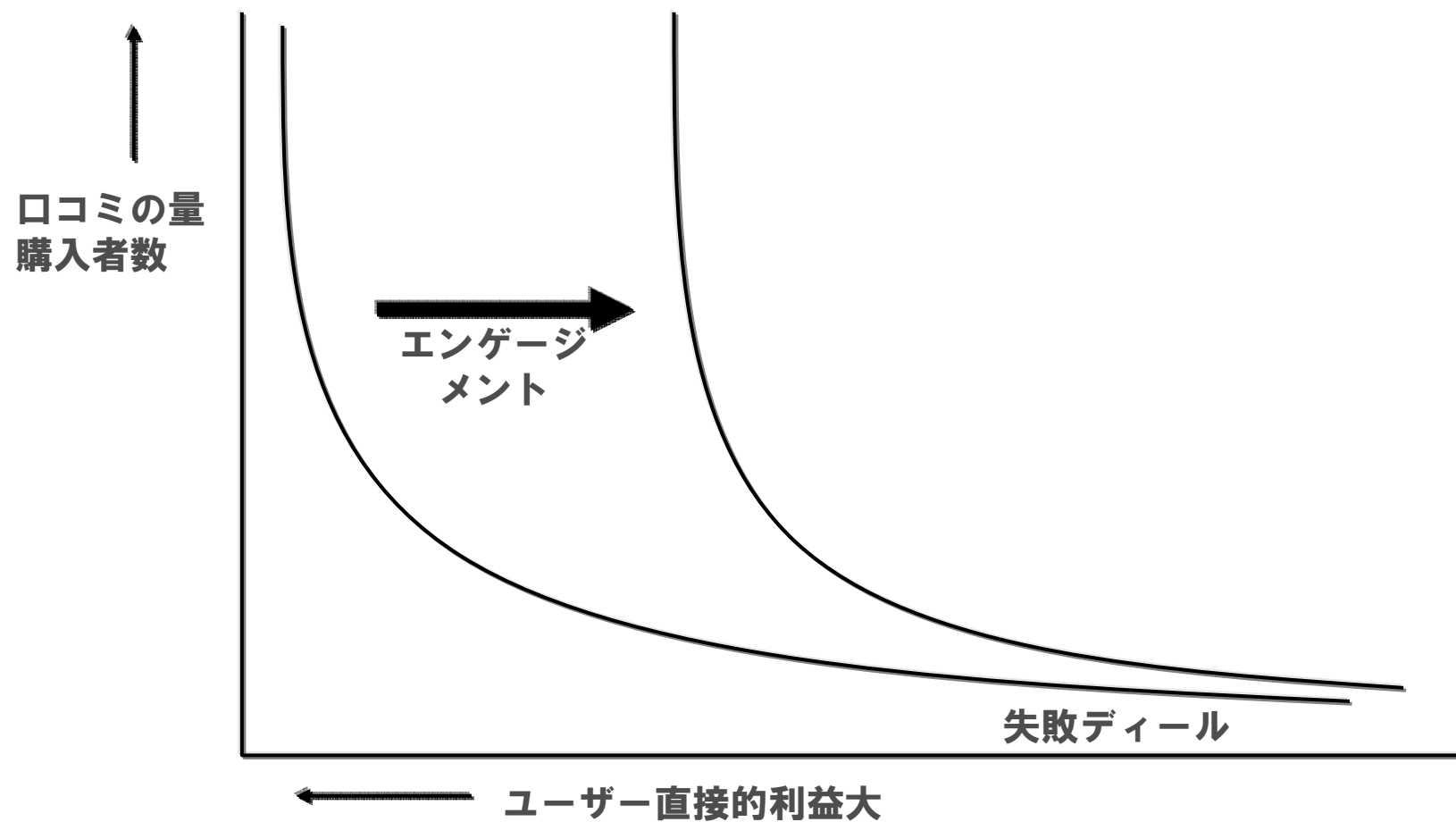
意外と先手必勝？

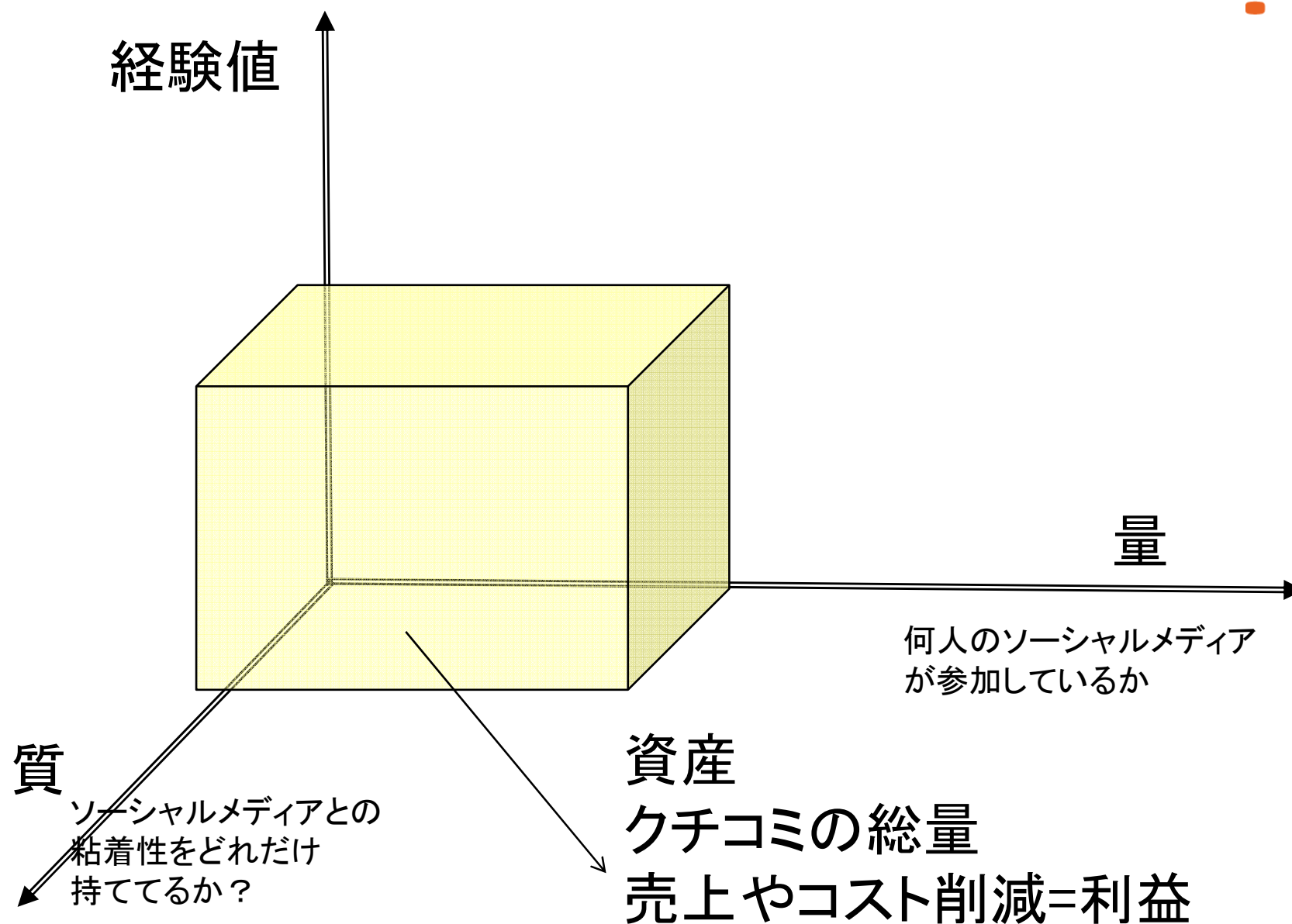


お伝えしたい事③：
企業や担当の経験値の累積とユーザーとの密度

余談







流れ



- ① ファン資産を作る
- ② 接点を工夫する
- ③ 協力者を得る
- ④ 資産を活用する
- ⑤ 中心に設計する
- ⑥ 強みを整理する

① ファン資産を作る



なぜ、高い確率で、
企業がファンサイトを継続するか。



モニブラでの知見より



短期的
な露出

+

蓄積
ファン
資産

永く利益をもたらす
未来のアセットと
評価ができるから



例1

ブロガーが4000人集まり、関係性も良いので、
月1回の**サンプリング**で、毎回**300記事**程度が見込め
短期で10万PV、1年間で20万PVを露出するだろう

例2

4000人のうち、**1200人程度**は
開発中商品のペルソナである**30代前半女性**なので
都内での**グループインタビューに20人**は呼べるだろう

例3

4000人に対し、消費特性の**アンケート調査**を行なえば
500人程度は回答に応じてくれるだろう



事例

コンビニ企画



モニタープレゼント	森永製菓の菓子詰合せセット2500円相当
モニター数	2名
参加〆切	参加受付は終了いたしました
選考方法	選考 発表日: 2/7(月)

月例企画でコンビニで買ってレポートしてもらう。

⇒ 毎月50～100記事が発生

- ・ 訴求が薄い商品のプロモーション補完
- ・ 社内で随時新商品の反応をチェックできる



事例

海外事例も同様



- **Papa johns**
「あたなのオリジナルのピザを作ろう」投稿企画
- 優勝者のピザは商品化
売上の1%、一生ピザ無料、
テレビCM出演などユニークな特典
- **1万件以上の応募／120万ファン**
- 応募から投票、選出、販売まで
全てのプロセスを開示

蓄積ファン資産評価フレームワーク



企業のソーシャルメディア活用目的に応じて算出

数

質

- ・発信力
- ・ライティング力
など

属性

- ・デモグラフィック
- ・所持メディア
など

ファン度（関係性、熱狂度）

ファンネットワークの連結度



Facebookで非常に重要

2 接点を工夫する



コミュニケーションが記録されるという革命

-店頭 店員 言葉 ⇔ 顧客

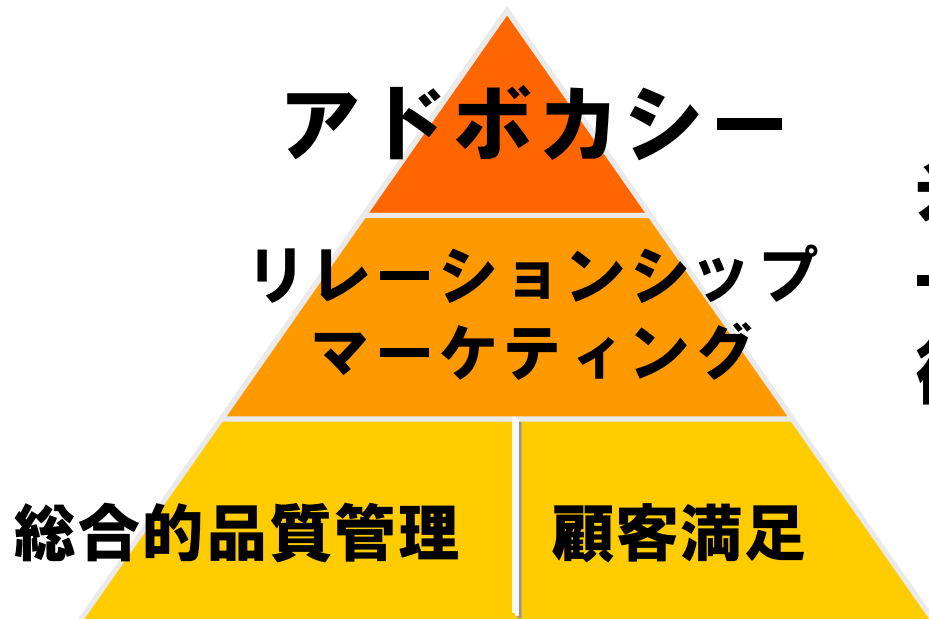
-Eコマース 担当 メール ⇔ 顧客

-ソーシャル 担当 ⇔ 顧客

何千という
人が見る可能性



つまり、
ソーシャルメディアの拡散効果などにより、
コミュニケーションにかけてもよい
コストが大きくなっている



米・ザッポスの大成功は
一見、採算度外視に見える
徹底的な顧客支援による



事例

ファンサイトオブザイヤー



年に1回、ベストファンサイトの投票を行なっていますが、数百のファンサイトに圧倒的な得票差をつけ、2年連続の栄冠に輝いた企業があります。



商品以外に対するコメント多数

- ” ○○さんのプロジェクトは、当選品にいつも**手書きのメッセージが同封されます。企業さんが身近な存在に感じ、暖かみがあって好感がもてました。**”
- ” ○○さん。**商品に対しての姿勢など素晴らしい企業。**よく買っているのですが、細かい部分までは知らなかったのでプロジェクトに参加してからもっと好きになり**購入頻度も増えました。**”
- ” 株式会社○○さんは好感が持てます。まず**商品の到着について確認のメールが届くこと、使用に関して疑問があった場合の対応、使用後の対応、全てに好感が持てます。**また、最初に当選した際お電話いただいたのですが、そのお電話についてもメールにて意見させていただいたところ、次回からの企画ですぐにその意見が反映されていました。**きちんと参加者の意見を聞いてくれる企業さんなんだと好感が持てました**”

金賞：シャレコスキンケア様



飽くなきおもてなしの 社是実行

- ユニークな企画
- 手書きの同梱手紙
（敬称は“姫”）
- ブログをチェック
してコメント
- ユニークな企画
（動画など活用）

いつも、たくさんの方が一緒に仲良くして頂き、ありがとうございます。
シャレコスキンケアのモニター担当 大野幸一です。

↓今回の企画を動画で紹介します↓



シャレコチャンネルで笑っちゃいじ笑SHOW>>

あなたのご自慢の「思わず笑っちゃったネタ、小話、お子さんの可愛い写真、愛おしいペット紹介」を投稿して、
シャレコチャンネルで共有しましょう♪ カキコだけでなく、画像・動画なんでも
Welcomeで~~~~す！！

今までシャレコのモニターをやってきて、感じたこと、もかったこと！！でも結構です。

ともし、ご参加投稿 お待ちしてま~~~~す！！

送っております！！

書いておきたい~~~~~と思う あなたに……

コメントの多くが担当の人となり



担当の方がいつもとっても素敵なお手紙をくれて、いつも姫って呼んでくれるので、**ここからあったまる気持ちになれます**。またスキンケアの仕方など、困ったこともアドバイスくれたり、ブログをUPすると必ずコメントをくれ、**励ましてくれたり**、今まで私が思っていたスキンケアが間違っていたことを気づかせてくれた、唯一無二の会社だから。**シャレコさん大好きです**

企画を提案して下さる担当の**大野さんのキャラクターが個性的！！**
当選者へ送付されるモニター品には必ず手書きのメッセージを添えて下さり**ひとりひとりの縁を大切に思われているのを強く感じ、好印象**。
しかも、**おしつけがましくはなく、近すぎず、遠すぎないような距離感でのコミュニケーションの仕方が心地よい**。
実際に、サンプル品を使用しても、その肌への反応も良く、現品をリピート購入しています。

いつも姫と呼んでくださる大野さんにも心温まるメールやメッセージをいただき、本当にブロガーや**お客様をたいせつにしている気持ちが伝わってきます**。

一人一人に対して丁寧な対応されてて、とても良心的な担当者大野さんです
女性の心をととてもわかっていらっしゃる方で、**大好きです！**
ブログのコメントもあり、あーちゃんとよんでくれてるんだぁうれしいなっておもいました♪**いつもありがとう☆**

着実な実績



- ・ 関係を築いたブロガーの協力による被リンクの外部対策のみで
Yahoo! (Google化前)
“乾燥肌”、“毛穴”で1位に
- ・ 売上も着実に年に数十%成長
- ・ (副次効果) ファンが記事執筆
PR効果 各種媒体掲載

目的に応じ要素を組合せた能動接点 を作り、それを深める





オンライン⇒オフラインの初接点は特に重要



イベントや店頭、
梱包をあけた瞬間などは
印象が特に強く
“決着の瞬間” となる

事例

配送時、同梱の工夫



そうそう、このモニター品には手書きのお手紙が添えられていて
それには、感動しました。❤️
普通、印字ですよね。



名前部分はネックレスを置いて目隠し🙈

美と健康、キラキラと素敵に輝く毎日…なんていう言葉も手書きだと
ハートに響きますよね。❤️

改善協力や、
商品への思いなど、
接点の意味を
丹念に焼付け直す

これが、世間に
広がっていく

事例

サンプリング + 座談会



事前にサンプリングを行なうことで、
具体的な使用感コメントをベースとした
有用な意見交換に成功

まず、私がこのクリームを使用して感じた特徴

- ①ぶるんとしてひんやりしている
- ②香りがきこられない(使用後香りが消える)
- ③べたつかない
- ④さらりとした付け心地で、徐々にしっとりしてくる
- ⑤ゲルなのにこすってもボロボロおちてこない
- ⑥傷のあるところや炎症のあるところにつけても痛くない
- ⑦整髪後のぬれた髪に使用するとしっとりつややかにまとまる

その他、座談会の中で感じた感想

- ⑧赤ちゃんや敏感肌、アトピーの方でも安心して使える
- ⑨ひげそり後のクリームかわりにつかえる
- ⑩かかとやかたくなった角質ケアとして寝る前にたっぷりつけて靴下をはいてねると、やわらかくなる

これだけ、数日のあいだでみんながかんじているものがあるということは、さすが17年の歴史があるゲルクリームですよ。

まだお顔に化粧下地がわりに使ったかたがいないということなので、ちょっとわたし試してみます。

1度や2度では、どういう結果がでるか分かりませんので、しばらく使ってレポートかこうと思います。

座談会の写真



左から、楽天店長さん、お隣はビューティアドバイザーさん、そのお隣は商品開発のかた
手前二人は、とても明るいおしゃれな美人ママさんです。



左側3人も明るく爽やかなモニターの方々。
きらきら笑顔は店長さん★こんな感じで和やかに楽しい時間をすごしました。
そのあと、プレゼントつきのお茶会をスカイレストランでおひらき♥
プレゼントはゲルファミリークリーム150グラムと日焼け止めクリームとステキなブーケ。

店長さんも美容アドバイザーの方も、美容開発の方も、
お肌がとてもきれいでおどろきました。
もうどうしたらそうなるのか、興味がありすぎて質問詰めでごめんなさい。
でも、将来、まだ未熟だけど、美容意識の高い私たちも
それくらいきれいになりたい！
また、是非何かのご縁があればいいなとおもいます。

3

協力者を得る



マーケティング1.0

プロダクトアウト

マーケティング2.0

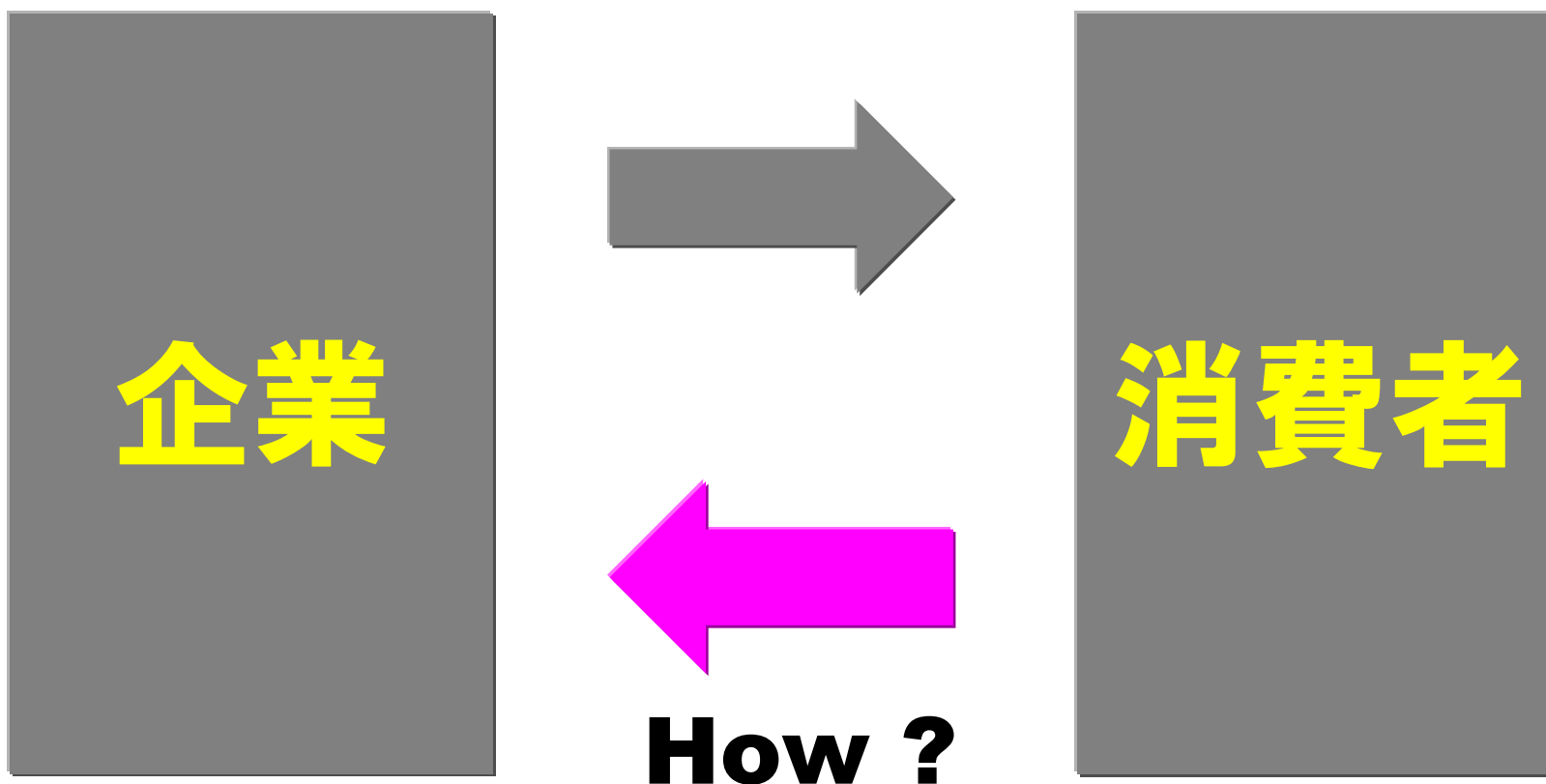
マーケットイン

マーケティング3.0

消費者参加

・共創の時代





当事者意識を作ることが重要



事例

このサイト、なぜ売れない？

Q1. ページをご覧になって如何ですか？ (複数回答可)

- ☐ 欲しと思わない
- ☐ 見にくい
- ☐ 面白くない
- ☐ 買にくい
- ☐ これでもいいと思う

Q2. 早速にお尋ねします。あなたは買いますか？ (複数回答可)

- ☐ 買わない
- ☐ 買う
- ☐ 抱っこいものがなかったら買う

Q3. 買わない理由をお聞かせ下さい。

Q4. 価格はとうですか？

- ☐ 高すぎる
- ☐ 高いが仕方ない
- ☐ ふつう
- ☐ 安い
- ☐ どちらとも言えない

Q5. あなたの意見を参考にします。
ズバリ、どうすれば購買に結びつきますか？

ページどう？

購買動機？

価格は？

傾聴

自覚

想定との
ギャップ発生



改善報告

ファン化



- ・メールでの反響
- ・購入者発生

結果的にイメージ向上

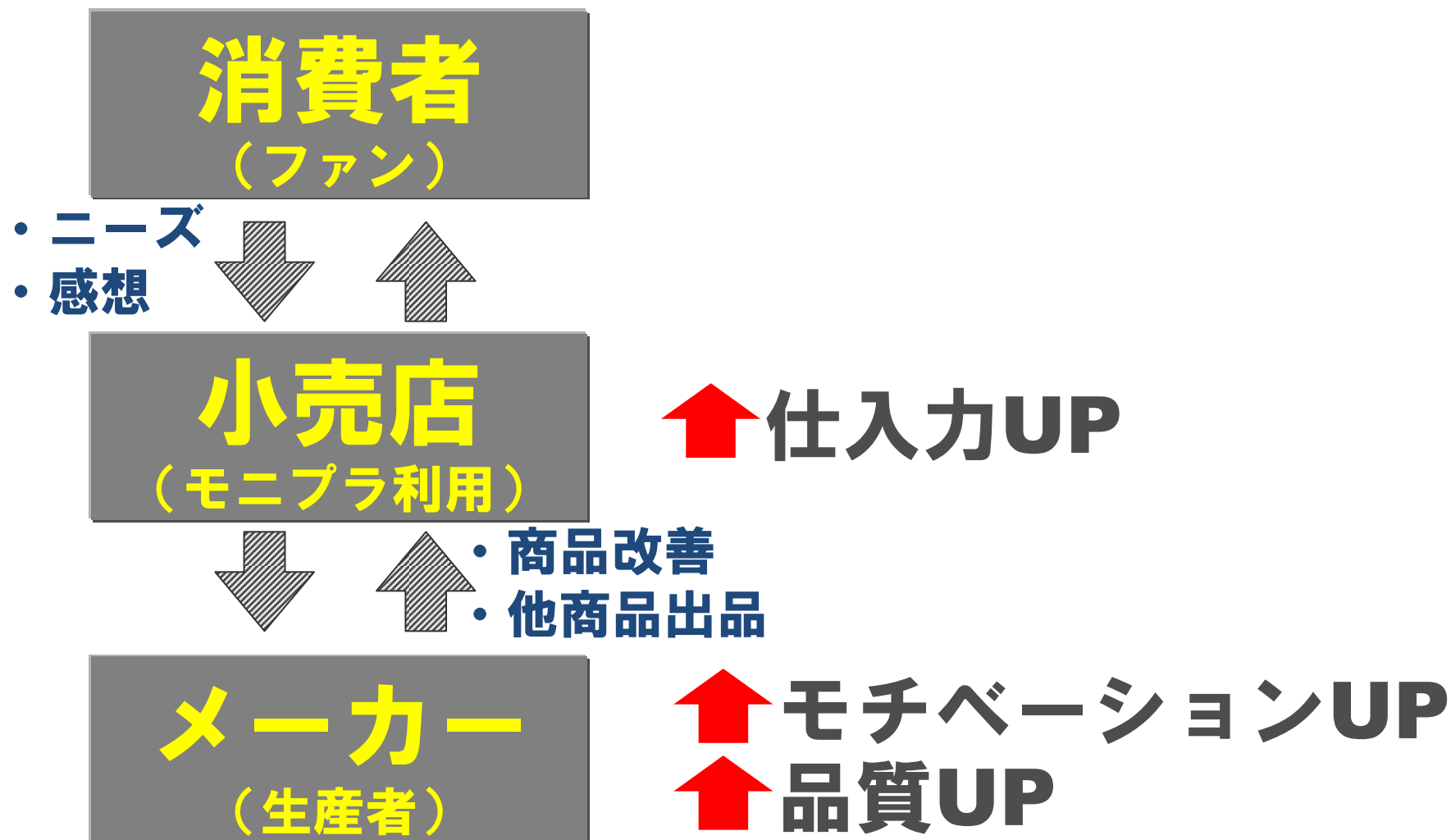


全て公開で行なうことで
ソーシャルメディアで拡散していく



事例

農家に消費者の声を届ける



事例

子供モデルを募集



投稿ブログ記事

Achatte★ペンギンの長靴★モニター当選④
November 08 [Sun], 2009, 10:40

Achatte(アチャッテ)さんから、モニター商品が届きました。

POLLIWALKS(ポリウォークス)のペンギン長靴。
色は、ピンクとブラックの2種類。

色とサイズは、こちらで選んでもらえました。

長く履きたいのと、ズボンを履く事も考えて、大きめのUS10(17.0cm)・ブラックに。
ちなみに、靴のサイズは15cmのジャストです。

アメリカ生まれのキッズシューズPOLLIWALKS、機能性、デザイン性に富んだ新感覚のキッズシューズとして、発売後わずか半年で70万足が完売するほど！

実物を手にしてみると、想像以上の可愛さ。
娘も大喜びで、「履く〜」。

早速、近くの河川敷へ。

きめサイズたりしない！
...
が戻り上がるので、全く
...
かなりがち
大丈夫！

何度か上っでは下り...を繰り返して、走りまわっていました。

速度な柔らかさでフィットするし、足の甲を包み込むデザインになってるんだって。

靴目がないから、水たまりに入っても中に水が入ってくる心配もないのも嬉しいところ。

汚れても、洗って拭けばまたスグ履けるので、梅雨時期や台風シーズンでも安心して出かけられますね。

掲載サイト

ママみたいにブーツでオシャレ♡

Model
Soraちゃん 3歳

真っ青なお空に愛された元気いっぱい女の子♡

Foot Printer!

ブログでも紹介してくれました！

雨の日だけでなく、普段の日にも履きたくなる長靴です。履き心地も、雨の日でも上っでは下りを繰り返してしまいました。

レッグウォーマーと合わせるのが旬なスタイル！

お子さんから見ると、こんな感じに見えます。

自分で上手にはけたよ！

水たまりも平気！

二つ折りした靴底に入れて、一人ではいてみよう！
ほら、上手にできたでしょ？

どこにも靴目がないから、水たまりで100%おしゃべり。おしゃべり。おしゃべり。

事例

ファンと商品開発



- Point1: ファンへのアンケート調査
- Point2: 新商品開発、テスター
- Point3: 還元サンプリング
- Point4: 投稿ブログをサイト転載

詳細内容

保湿美容石けんLaNaKiLa（ラナキラ）はファンブロッガーの皆様のお声を元に開発いたしました。

ご協力いただきましたファンブロッガーの皆様。ありがとうございました。
Special Thanks to

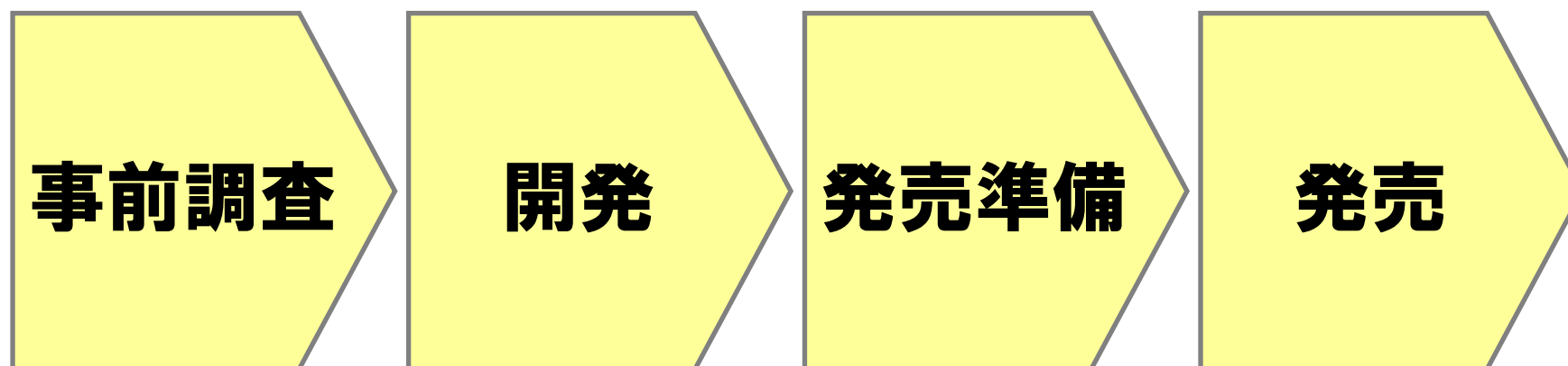
うたさん、hanamariさん、ワカバマークさん、マサキ・フィールド・コナンさん、まかない太郎さん、ピアンびんくまさん、tamatoreさん、naoneさん、美月さん、den34さん、むっちゃんさん、ろべさん、miuさん、水木トモトさん、トム君のママさん、Roxyさん、ラッキーさん、かれんなゆうさん、まどにゃあさん、耳よりりつさん、ヘレナ・グラーさん、tomtom2kさん、nanaさん、夢夢さん、ひまわりさん、堀野さん、きりまるさん、ロンリーウルフさん、SRくんくんさん、38jesperさん、どらさん、リプルさん、たらちゃんさん、yoonmamaさん、**senses**さん、impulse91さん、LENAさん、てんちゃんさん、misuzuさん、みなこさん、のぼ ぽん太郎さん、友実さん、梓橘さん、haruchopさん、チャベスさん、だっくん、CHIKOさん、ららさん、ミルクルさん、のりりりりさん、maxbeetさん、koiさん、まったりうさぎさん、nyannko12000さん、ハロウィンさん、seeさん、ラベンダーママさん、satikotonababuさん、むったさん、みかこさん、いりまるさん、アカコさん、マ・マリリンさん、まうさん、嬢さん、あっとさん、デンさん、やえさん、おはぎ猫さん、youchanさん、クーさん、rikoさん、さねーさん、三河牛@チーム和牛さん、りすぽんさん、ひまたまさん、コマフあざらしさん、らむねあゆさん、しむーさん、のりそうさん、あみちまさん、そらママさん、猫に小判さん、tomo3043さん、りあるさん、watanabeさん、なおさん、ゆうろこーまさん、杏さん、なつきさん、haruさん、にこさん、パフィンさん、コロ助さん、みそたろうさん、Happyokoさん、ふみさん、ぶちこぶたさん、noiさん、OL2さん、agua25さん、こうめさん、mik*さん、ククチさん、ゆずちゃんさん、ぶちりんごちゃんさん、pen-guin7さん、かこめかこめさん、桐宿鈴さん、ひろききさん、たまちゃんさん、happykikiさん、ゆこたんさん、momoさん、angel-and-devilさん、せみさん、ぶるーんさん、さくらさん、KAYOKOさん、とちゅんさん、まゆびさん、遼さん、ゆんのかさん、ためためさん、さくらさん、pekochan1さん、wadachiさん、横濱優子さん、甘いミカンさん、nenaさん、ヨースケさん。

Special thanks to 記載とリンクによるブロッガーへの還元





発売時には既にファンがいる理想的な状況



ファンの役割

ニーズ調査

施策品の
テスター

先行モニター
コンテンツ提供
話題の醸成

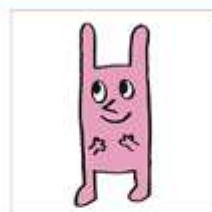
複数接点が“自分が作った”という気持ちにさせる

事例

ファンと商品開発



『イラストでも描いてみようかな〜』で人ちょっと来て。＜イメージキャラクター募集＞



モニタープレゼント

【ロングロールやティッシュなど自社製品つめ合わせ】
イラスト例2
イラスト例3

参加時の
投稿方法とテーマ

画像

「ロングロール」でおなじみkamidassonのイメージキャラを募集。
人、動物、空想、妄想イメージなど新しいキャラクターであれば何でもOK。
自由な発想で力加わりのキャラクターを編んで頂けませんか。

イベント内容を知りたい

参加したみんなの投稿

並び替え: 新着順 ランキング順



商品キャラクターの原案を
投稿 + 投票コンテスト
として実施



ブログパーツなどを
配布し、売込み、
伝播が発生



実際にキャラクター商品化



同取り組み、
Facebookで活用化



事例

その他活用

手法	用途
商品開発アイデア募集	製品開発に関するアイデア募集型企画を実施
発売前製品のレビュー	アンケートを利用して発売前製品の意見を収集する
製品に関する意見収集	座談会による意見収集 アンケートを利用した意見収集
販売戦略立案の参考情報収集	適正販売価格を調査
SEOキーワード作成のためのアンケート収集	アンケート結果をもとに、自社サイト・公式ブログ等で設定するSEOキーワードを選定
自社キャンペーンプレ	自社キャンペーンの事前テストをモニブラで実施
キャッチコピー・キャラクター募集	自社サイトで活用するキャッチコピーやオリジナルキャラクターを募集



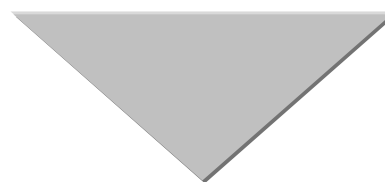
Tips

当事者意識を作り出す

参加・協力

企業からの
承認

他者からの
評価

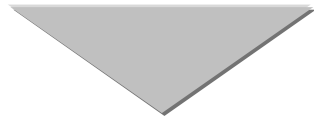


ファンのインサイダー化が 重要

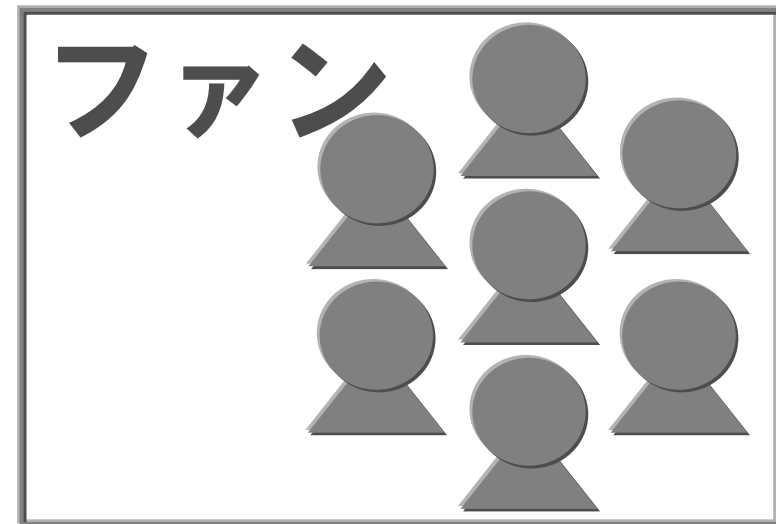
4 資産を活用する



ソーシャルメディア
資産



- ・ファンだからこそその良質口コミなどのコンテンツ
- ・ファンの賑わい、人気（ひとけ）



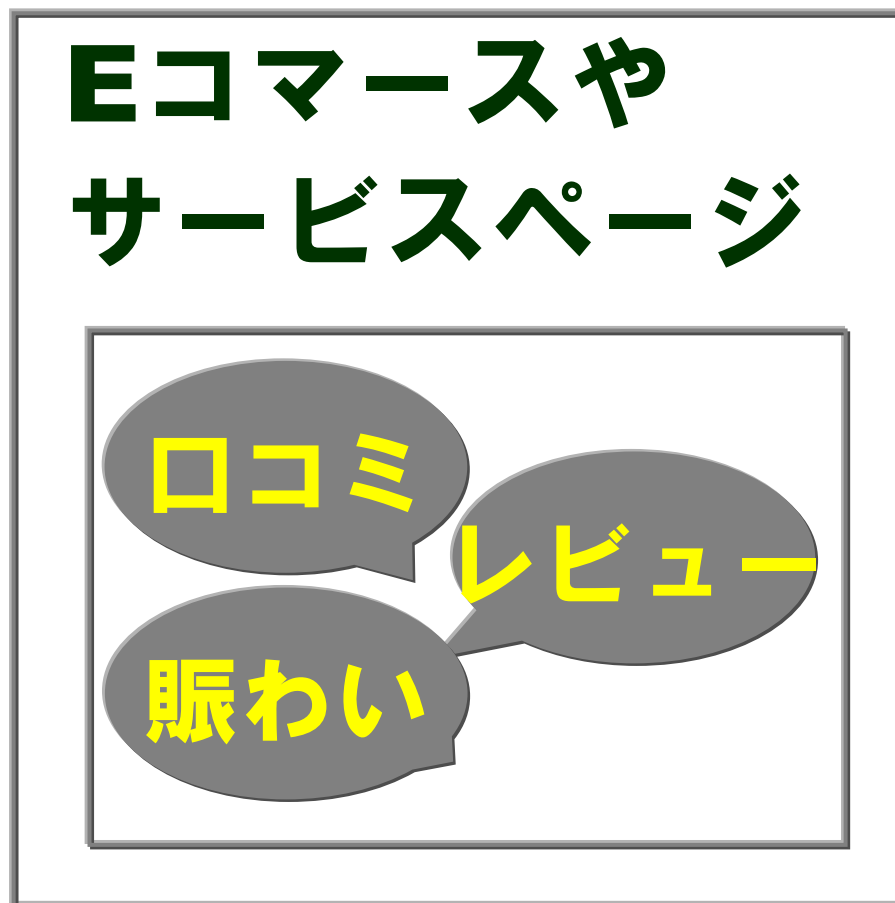


良質なクチコミは必ず集める 露出させると効果が出る

Flow



Stock

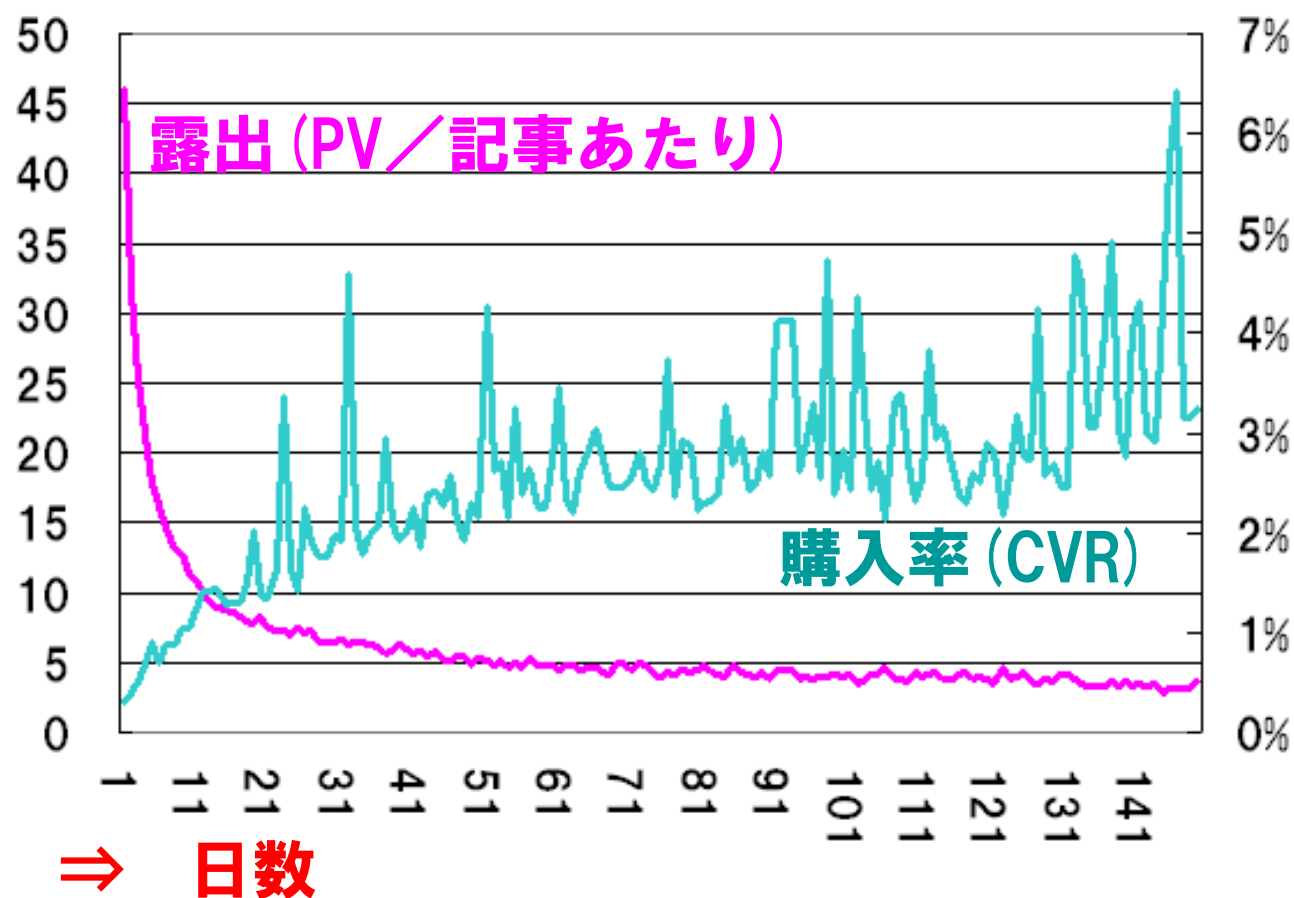




事例

クチコミの価値、ブログ例

ある企業で発生したレビューブログの
PV、および同ブログを経由しての購入率を150日にわたって計測

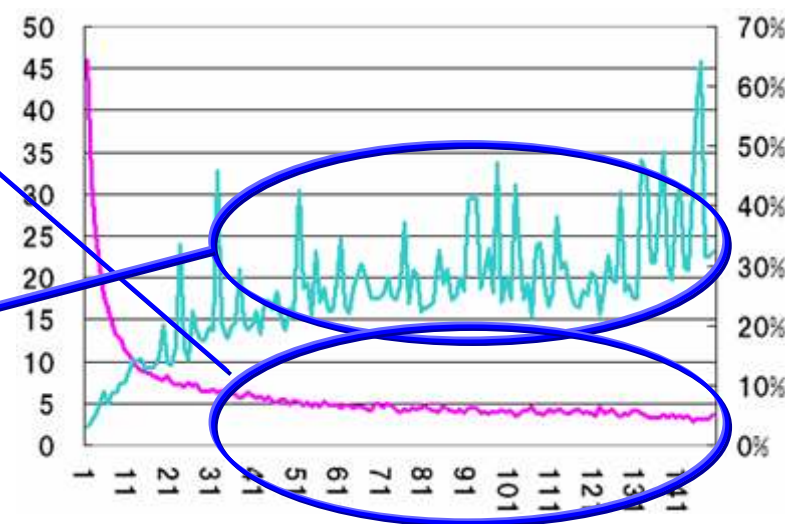


⇒ 日数



1.
150日のPV合計に対し、
50%以上は40日以降の露出

2.
20日以降の
露出経由での
購入率(CVR)が
極めて高くなっている



口コミ施策を未来への資産と位置づける



プレミアムデトックスティー 1箱
¥2,980(税込)
(1箱あたり 4グラム×15包入り)

カートに入れる

送料について: 3箱以上のご注文は送料無料。2箱のご注文は送料525円(税込)となります。

ハーブとファイバーで
腸の大掃除
お腹スッキリ
ダイエット

徹底した衛生管理の
HACCP対応工場
信頼の
日本生産

エステティックサロンでも
使用の推奨商品
プロも
おすすめ

購入者の93%の方が
効果を実感
リピーター
続出
DETOX TEA

メディア掲載
Harvestのプレミアム デトックスティーが
雑誌などのメディアに掲載されました!!

2010.02.12
大好評のプレミアムデトックスティーが雑誌社発行「GLAMOROUS」
2010年3月号に掲載されました。

2009.08.13
大好評のプレミアムデトックスティーが雑誌社発行「GLAMOROUS」
2009年9月号に掲載されました。

2009

2010

商品検索
Search

株式会社ハーベストの
twitter

サロン様向け卸 お問合せ窓口
for Vendor purchasing

モニターのお書き込みの声
Customer's Voice

便秘解消デトックスティー
今まで便秘で色々悩んでいましたがこのお茶の効果はスゴイです飲んだ翌日は必ず排便アールかも私の場合は2回〜3回は出ました
2011-02-02
18:41:11

便秘に本当に効く!ハーベストのプレミアムデトックスティー
わたし、便秘があまりにもひどくて、最初には、買っただけで薬に始まり、最終的には病院で薬をもらうまでになっていました。

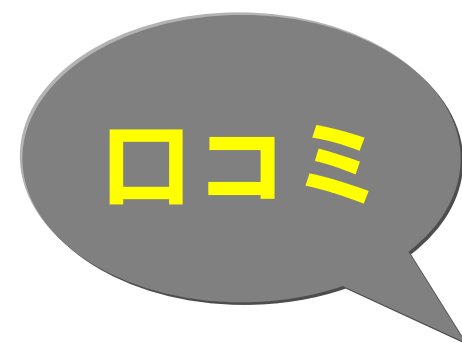
腸活系ハーブティーならプレミアムデトックスティー
慢性便秘症ではないけれど、それでもあれ?なんかにこの数日ないな...なんてことがあることがあるのよね。私の場合、自宅でないとは絶対に出ない。

プレミアムデトックスティー
プレミアムデトックスティー このデトックスティー 大手エステサロン/でも大人気なんですって (腸活系ダイエットティー カラダに)

プレミアムデトックスティー を飲んでみました
ハーベストより、プレミアムデトックスティー 本品 15包入り ¥2,980(税込) が届きました。15名のモニターに選んでいただき

2011-01-22
00:00:00

カラクリ2
検索エンジンより流入



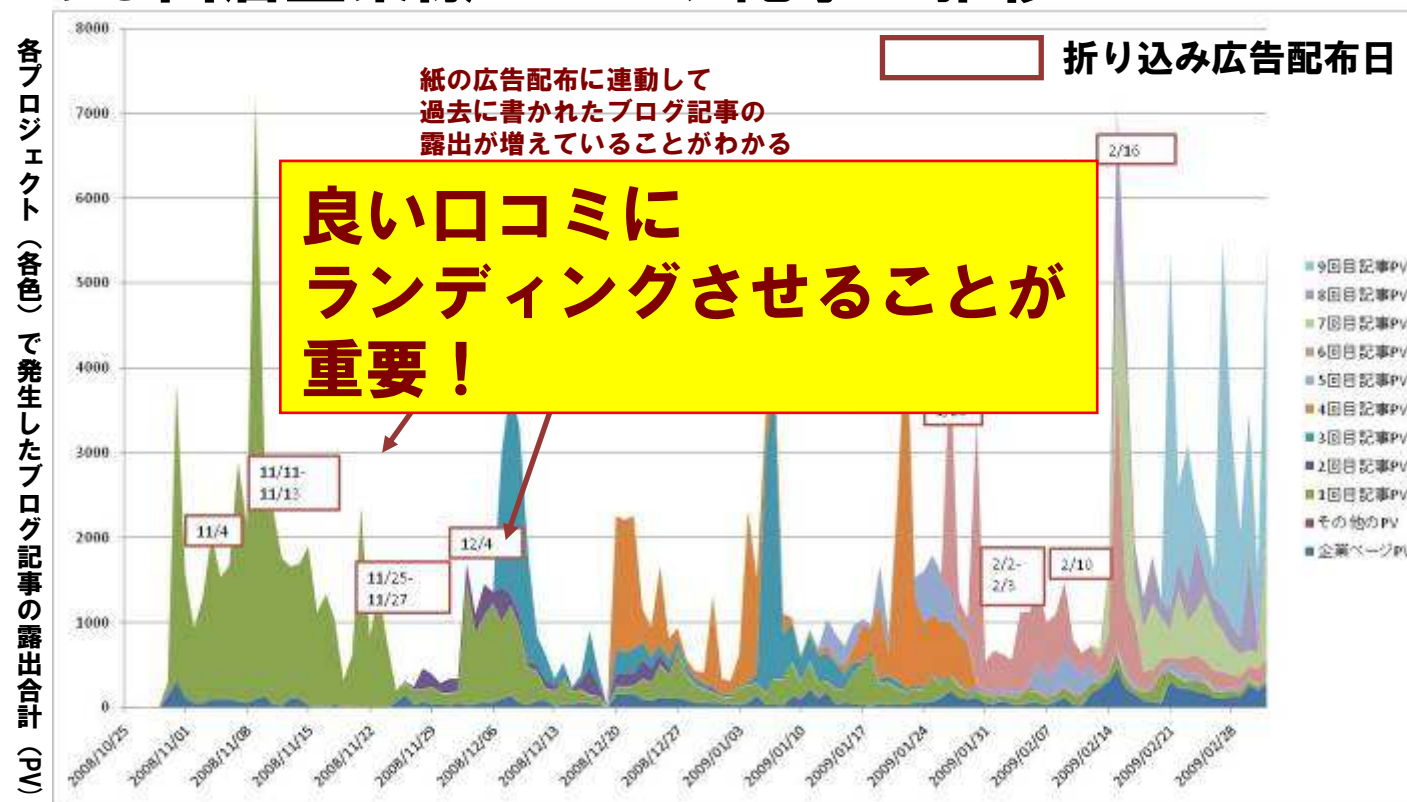
カラクリ1 販売ページで口コミを
コンテンツとして設置

事例

広告・PRなどの仕込みに



ある出店企業様のブログ記事PV推移



広告・PRの投下

広告効果を最大化するためにも、
下地作りのためのブログ施策を
行なうことが有効です。

ブロガー施策（準備）

効果の最大化！



ヨーロッパが認めた「ミョウバン」の実力

朝使って夜まで
ずっと気にならない！

シュツとひと吹き一日中

Q1 「ミョウバン」とは・・・？
世界最古の天然エッセンス成分。即効性・持続性・安全性がアルカリ性のニオイを中和します。汗を拭き拭きでキーンと引き締める効果も。ヨーロッパでは家族中使っています。オーストラリアでも実証されています。

日本初上陸

MINERAL DEOSTONE
ミネラル デオストーン
ミョウバン クリスタルスプレー

実感した！ 80%

www.ishizawa-lab.co.jp

MINERAL DEOSTONE

ミネラル デオストーン ミョウバン クリスタルスプレー

実感した！
80%

日本人男女30人モニター結果 (当社調べ)

詳しくはHPで・・・

www.ishizawa-lab.co.jp

Webの範囲を超えても有効

Webの範囲を超えても有効



クチコミコメントや写真を
活用してA4パネルを作成。

リアリティのあるPOPにより
売上**16倍UP**/週

商品の賑わいや
信頼感の醸成による

その他、配送同梱や営業資料などにも活用



事例

ファンページの賑わいを演出



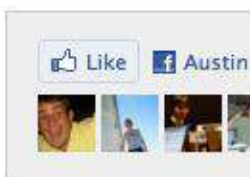
ファンは財産 お客様と作る姿勢をアピール



Tips

Facebook外部サイト連動機能

ファンサイトの賑わいは格好のアピール材料です



Like Button

The Like button lets users share pages from your site back to their Facebook profile with one click.



Activity Feed

The Activity Feed plugin shows users what their friends are doing on your site through likes and comments.



Recommendations

The Recommendations plugin gives users personalized suggestions for pages on your site they might like.



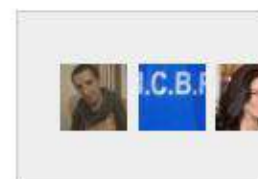
Like Box

The Like Box enables users to like your Facebook Page and view its stream directly from your website.



Login Button

The Login Button shows profile pictures of the user's friends who have already signed up for your site in addition to a login button.



Facepile

The Facepile plugin displays the Facebook profile pictures of users who have liked your page or have signed up for your site.



Comments

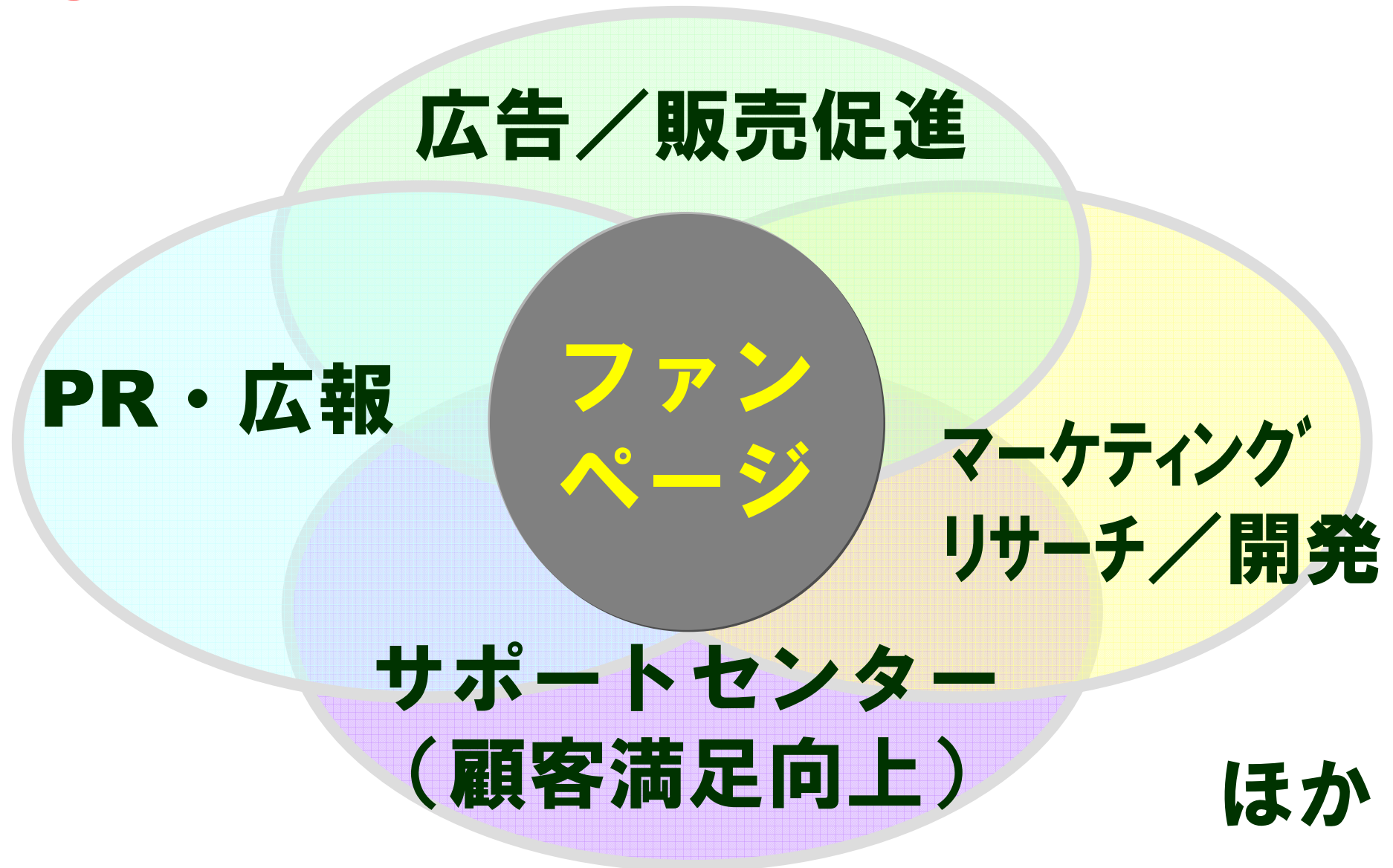
The Comments plugin lets users comment on any piece of content on your site.



Live Stream

The Live Stream plugin lets your users share activity and comments in real-time as they interact during a live event.

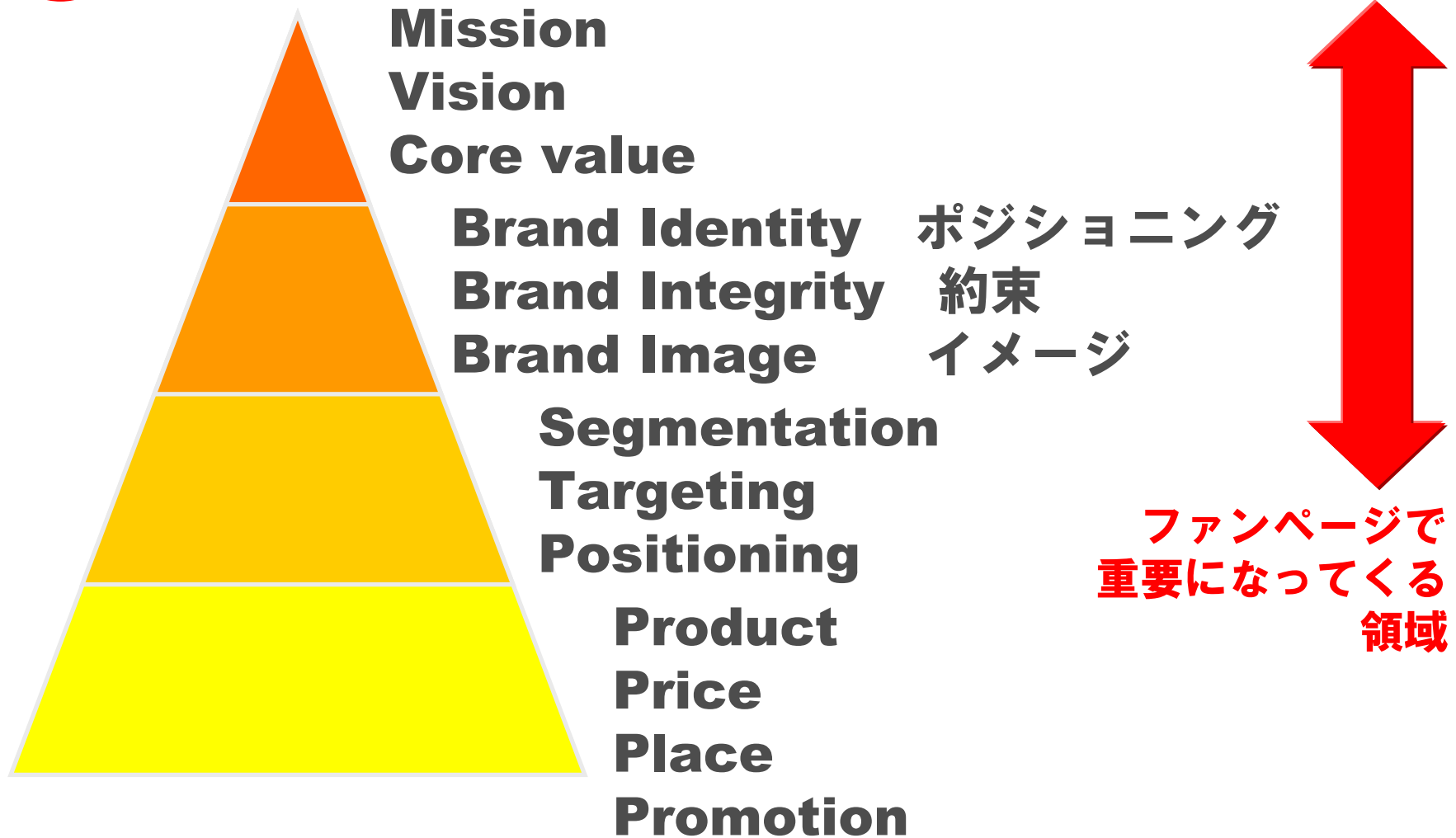
5 中心に設計する





- ファンページの企業中核での
高い経営寄与度での活躍を実現する
→ 海外でも立ち上げのヒーローが
出ている
- 他部署発信などを起点に
複数部署乗り入れアカウントが
増えてきました
- コンテンツも同様

6 強みを整理する



企業の人となりが見られるようになった



「トップ・オブ・マインド」 （第一想起領域）に入れるかが勝負



担当者のキャラクターなども対象