

■ モバイチシステムを活用した販促事例 その1

イベントでのPR、そしてお客様の声を活かす

1. イベントグッズやポスターに予めアンケート実施のためのQRコードを掲載しておきます。
例えば、花火会場などのうちわなど配布物に予めQRコードを掲載しておきます。
2. 応募者には抽選でプレゼントが当たるというキャンペーンです。
このことによって、うちわを捨てずに家まで持ち帰っていただけるという利点もあります。
3. お客様にアンケートにご回答いただきます。
4. ご回答いただいたあと、お礼メールにインフォメーションや商品案内などを掲載することができます。
5. イベント終了後、無作為にプレゼント当選者を抽出し当選者のみに当選メールをお送りすることができます。
6. また、当選メール送付と同時に、プレゼントを発送します。



イベントと連動で効果的にPRを行う手段としてケイタイアンケートを行う。
イベント中にアンケートに答えるというより、イベントグッズを持ち帰ってもらい、あとでアンケートに答えてもらうというPRの持続性がそこにあります。

■ モバイテシステムを活用した販促事例 その2

セミナー参加者のご意見を伺う

1. セミナー参加者の忌憚りの無いご意見をお伺いするためのアンケートです。
2. 次回どのようなセミナーをご要望かもアンケート中の質問項目として入れておきます。
3. 基本的にお客様のストレスのないように、回答は選択式にします。
4. ご回答いただいたあと、お礼メールに今後のセミナースケジュールを入れておくと、告知メールとして有効的です。
5. 従来の紙アンケートに比べ、入力のコストと時間的ロスを軽減することができます。



ケータイによる双方向性と持続性を活かした事例。

セミナーやイベント情報がタイムリーに取得できる利点を活かして、セミナーや会場のご案内でも「ケータイ情報ツール」として、またやそれぞれの会場別アンケートなども実施出来ますので、非常に活用範囲が広いといえます。

■ モバイチシステムを活用した販促事例 その3

新商品発表、マストバイキャンペーン

1. 集客が見込めるキャンペーンやイベント時に、顧客の困り込みを図るため、または貴重な新商品に対するご意見を伺うため、ケイタイでのアンケートを企画します。
2. ポスターやPOPには、「プレゼントキャンペーン実施中」などと大きく表示(QRコードも掲載)、そしてレジ前にはお持ち帰りのできるB5サイズ程度のスリットを用意します。
3. マストバイキャンペーンの場合、お買い上げのお客様にプレゼント応募方法の説明とQRコードが掲載されたスリットをお渡しし、応募者には抽選でプレゼントが当たるというキャンペーンとなります。
4. アンケートは、商品や販売方法に対する率直な意見を述べてもらい、商品販促に活かしてもらいます。



同じ商品に対して、地域によってあるいは年齢によってどのような意見の違いがあるのか、フェイスシートによってクロス集計と分析を行うことによって、地域の販売方法やパッケージなど大変有意義な情報を取得できます。

また、キャンペーンを一過性に終わらせることなく、継続的に行うことにより、固定客の困り込みやファン層の拡大を狙います。