

平成 24 年 8 月 31 日

**SNS とコンビニエンスストアの店頭をつなぐ電子クーポン配信プラットフォームを開発
～SNS 上の友人・知人関係を活用することで、情報拡散とクーポン交換率の効果を高める～**

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、ローソン、ファミリーマート他のコンビニエンスストア各社の電子クーポンシステムと連携し、SNS である Facebook、Twitter、mixi 上で電子クーポンを配布することができるプラットフォームを開発しました。9 月 3 日から本サービスの提供を開始いたします。

企業のマーケティング活動における SNS 活用が広がる中、SNS 上に存在する潜在顧客を、いかに販売チャネルへと誘導していくかに、企業の関心が高まっています。電子クーポンは、オンライン上の顧客をリアルな店舗へと導く動機付けになることから、コンビニエンスストアなどのリアル店舗への有効な来店促進策になります。しかし、従来の電子クーポン配信プラットフォームには、「クーポンユーザー募集の窓口が、クーポン共同購入サイトやサンプリングサービス事業者の会員に限定されている」「クーポン発行時において、応募からクーポン発行までにタイムラグが生じるケースもある」という2つの課題がありました。

本プラットフォームでは、これらの課題を解決し、クーポンユーザー募集の窓口を SNS 上に置くことで、オープンに募ることができるとともに、募集情報を拡散していくことを可能にしました。また、クーポンを即時発行しながら、SNS 上の友人・知人関係を通して情報拡散していくことは、クーポンへの応募や、クーポン取得後にリアルな店舗で商品などに交換する人の割合を高める効果が期待されます。本年 5 月 15 日から 6 月 4 日までの期間に顧客企業の協力を得て行った実証実験では、他社事例と比較して 15%以上高いコンバージョン率^{*1} を記録いたしました。

このような特長を持つ本プラットフォームは、メーカーなどのクライアント企業が以下のような施策で活用していくことができます。

<活用例>

- ・新商品のトライアルユーザーの獲得を目的としたプロモーション施策
- ・SNS 上に存在する見込み客の店頭誘引施策
- ・継続購入を促すためのプロモーション施策

本プラットフォームのシステム概要と概念図は次のとおりです。

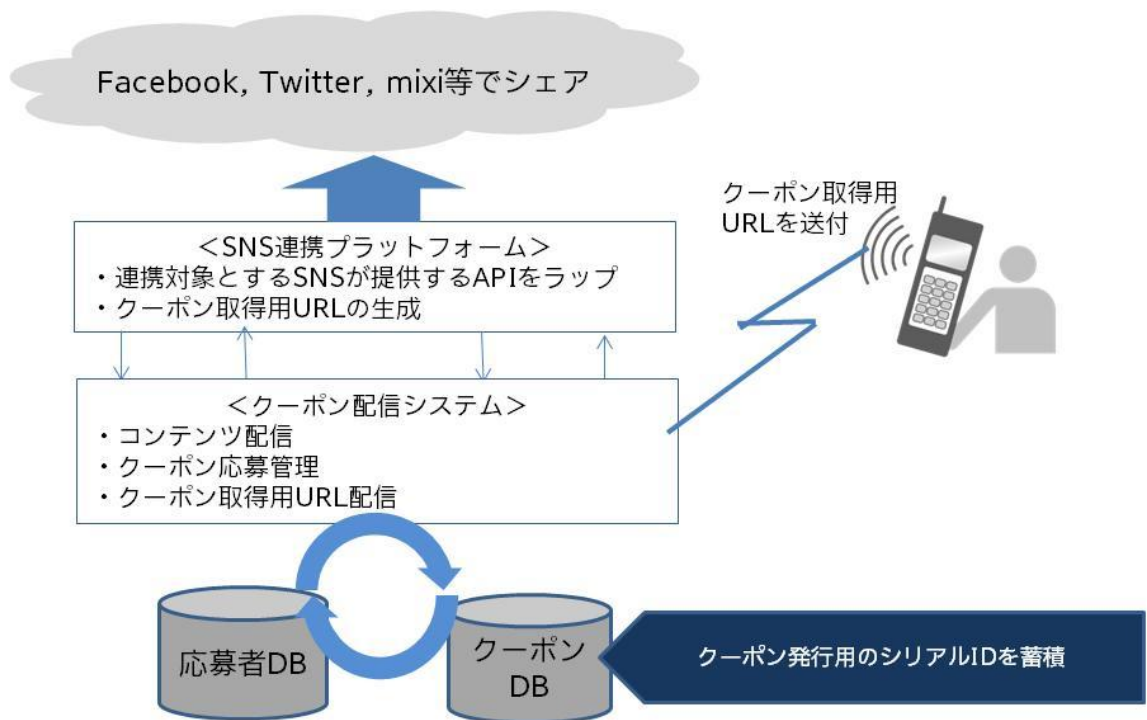
<システム概要>

本プラットフォームは、「SNS連携プラットフォーム」と「クーポン配信システム」の2つから構成されます。

- ①「SNS連携プラットフォーム」は、クーポンの取得を友人やフォロワー等にシェアし、SNS上での情報拡散を可能にします。また、誰のシェアを経てクーポン取得に至ったのかを追跡する仕組みを兼ね備え、効果検証においてはソーシャルグラフ^{*2}の可視化を実現します。
- ②「クーポン配信システム」は、複数にまたがるコンビニエンスストアごとのクーポンの配布枚数の管理を行い、コンビニエンスストア各社のクーポンシステムと連携します。

*1：クーポンデータの取得数と実際に店頭で商品を引き換えた数の割合。

*2：ソーシャルグラフとはネット上での人間の相関関係や、そのつながり、結び付きを意味する概念。



<コンビニエンスストア各社の電子クーポン概要>

■ローソン

専用二次元バーコードを店頭端末「Loppi」にかざして、クーポンを発券するサービスです。

■ファミリーマート

ファミリーマート店舗のマルチメディア端末「Famiポート」のクーポン発券サービス『Famiポートクーポン』を活用し、クーポンを発券するサービスです。専用シリアルIDを「Famiポート」に入力し、クーポンを発券します。お菓子から冷凍食品まで、幅広い商品が店舗で引き換えられます。

以 上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報1部 山田 TEL:03-6216-8041

【内容に関する問い合わせ先】

株式会社電通 プラットフォーム・ビジネス局 戦略企画部 平川 TEL : 03-6216-8941