

2020年10月15日

電通テック、「インフルエンサーコマースソリューション」を提供開始 — ニューノーマル時代に加速するライブコマースでの売上拡大を支援 —

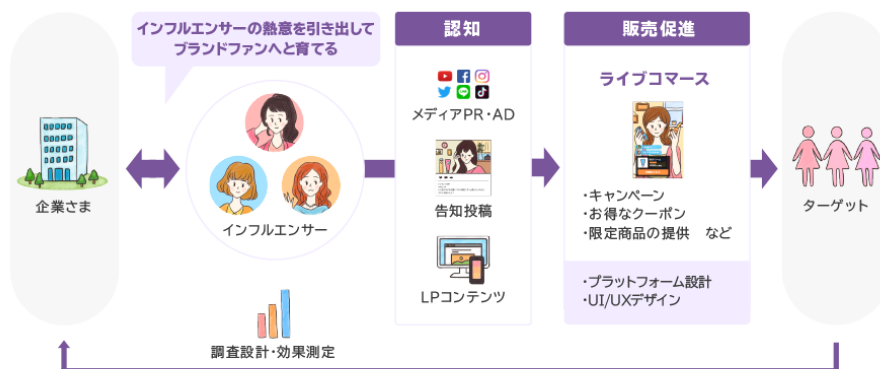
株式会社電通テックは、ニューノーマル時代における購買促進や長期的なブランドファン育成に課題を持つマーケティング担当者に向けて、インフルエンサーを活用しライブコマースでの売上拡大を支援する「インフルエンサーコマースソリューション」の提供を開始いたしました。オンライン上で販売員の役割を担うインフルエンサーの熱意を引き出しブランドの真のファンに導くプランニングから、店頭での活用や LP コンテンツの設計など、周辺施策も含めたライブコマースプラットフォームの運営実施・設計を行い、成果につながるライブコマースを実現し、売上拡大を支援してまいります。



新型コロナウイルスの流行がもたらした生活者のライフスタイルの変化は、SNS を筆頭としたデジタル上での情報収集を加速させ、インフルエンサーマーケティングの追い風になると見込まれます。また、ニューノーマル時代にはインフルエンサーは“オンライン上の販売員”としての役割を強めると考えられます。

当社は、最新のトレンドや豊富なインフルエンサーマーケティングの知見を活かし、エグゼキューションから効果測定までをトータルかつワンストップで実現。ライブコマースを活用した購買促進からインフルエンサーを活用したプロモーション戦略の策定、一過性ではない長期的なブランドファンの育成まで、全方位型の解決手法をご提案いたします。また、ライブコマースは失敗が許されないリアルタイム性という特徴から一定のリスクを伴うことがあります。そういったリスク対策にも注力し、本ソリューションを提供いたします。

<インフルエンサーコマースソリューション>



■ 当社のインフルエンサーコマースの強み

1) インフルエンサーをブランドの“真のファン”にするプランニング

インフルエンサーが商品をセールスするにあたっては、彼ら自身に「ブランドが好き」という気持ちと、そこから生み出される情熱が重要です。フォロワー数やエンゲージメント率等の数値に縛られすぎず、ブランドカラーと親和性の高いキャストイングを行うなど、インフルエンサーの熱意を引き出し、本当の意味でブランドのファンになってもらうことを施策成功の重要な鍵としたプランニングを行います。また、リスク対策上、インフルエンサーとの入念なすり合わせを重視しています。

2) ライブコマースで成果を上げるための周辺施策プランニング

ライブコマースを単体で実施するだけでなく、購入までつなげるには周辺のプランニングも重要です。最適なキャストイングや事前の告知・PR 戦略をはじめ、事前事後の購入意向の調査設計、インフルエンサーと企業のコミュニケーションや接触を増やすための機会創出、ライブ配信のクリエイティブを活用した店頭活用、LP コンテンツの設計など、トータルの視点を取り入れて多様なライブコマースプラットフォームの運営実施及び設計を行えるのが当社のサービスの特徴です。

* 「インフルエンサーコマースソリューション」の詳細について：

プロモーション領域の課題に結果を出す解決策「TEC Solution SHOWROOM」

<https://www.dentsutec.co.jp/showroom/influencer-commerce/>

<サービスに関するお問い合わせ先>

MAIL : adachi-r@dentsutec.co.jp

株式会社 電通テック

OMO プランニング室 足立、岸本

<リリースに関するお問い合わせ先>

MAIL : kouhou@dentsutec.co.jp

株式会社 電通テック

事業企画室 コミュニケーションデザイン部

小笠原、内藤