

iPROSPECT

Brands Accelerated

2021年6月吉日

プレスリリース
報道関係者各位

パンデミックの余波の中、住まいが新たなコマースの最前線に！ スマートコマースや AI 搭載家電によって住まいを舞台に多様化する消費者の購買体験！ コロナ禍で激変した消費者環境と、タッチポイントを探るマーケターの ビヨンドコロナ戦術を解説したホワイトペーパー「Future Focus 2021」を発表

iProspect Japan(アイプロスペクト・ジャパン株式会社、CEO：金井 耕一、所在地：東京都港区)はこの度、グローバルネットワークの優位性を生かし、マーケティングビジネスとそのトレンドを分析した「FUTURE FOCUS 2021 - ブランドの成長を加速させる/Brands Accelerated」を発表いたしました。

未だ続くコロナパンデミックの余波において、2021年マーケターが挑むべき課題は何か、激変したブランドと消費者との関わり方や、コロナ禍故に登場した新たなマーケティングチャレンジについて解説しています。「Future Focus 2021」は、世界29市場のトップマーケター200人以上を対象に実施した、最新の「iProspect Global Client Survey/アイプロスペクトグローバルクライアント調査」における回答を基に作成されました。ブランド力構築とパフォーマンスマーケティングの統合における機会、課題、複雑さについて掘り下げ、マーケティング活動のためのヒントとアドバイスを提示しています。



本年度、他を差し置いて最も注目すべき領域として挙げられるのは、回答したトップマーケターのうち57%が長期的な投資の必要性を指摘したeコマースです。同時に、4分の1を超えるマーケターがコマース機能拡大を2021年の最も手ごわいビジネス課題として認識していることが判明しています。世界がこの1世紀で最大のパンデミックに見舞われたことで、新たなオンラインコマースの登場やデジタル・トランスフォーメーションなど、今後10年間で生じると予想されていた様々な変化が、ほんの十数か月間で劇的に進むことになりました。外出制限やリモートワークの導入などで消費者の行動範囲が激変し、日常の習慣や消費選択が変化したことで、あらゆる側面から「モノやサービス」のマーケティング手法が試されています。

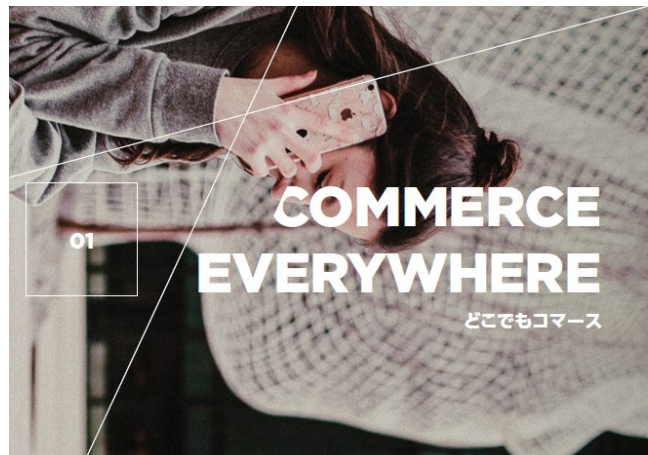
【スマートコマースが加速！住まいが新たなコマースの最前線になり、テクノロジーによって消費者の購買行動をサポートする新形態のコマースが登場 - パーソナライゼーションやエクスペリエンス強化の重要性 -】

新型コロナウイルス感染症による外出制限は、住まいをコマースの新たな最前線に押し上げました。在宅生活を中心とする消費者にリーチするには、新しい手法を模索する必要があります。自宅での空間の使い方や生活習慣が一変したことで、多機能且つパーソナライズされた製品・サービスで消費者とコミュニケーションをとるブランドは、確かな価値を提供することができています。調理機器メーカーCookingPalの音声操作に対応したスマート調理鍋Juliaを例にとると、ユーザーは調理の進行を見守るだけで、レシピの提案を受ける、オンラインで新たな食材を購入する等、テクノロジーを通してコマースの後押しを受け、その中で新たなエクスペリエンスが創出されています。また、スマート家電メーカーSmarterTMのFridgeCamは、冷蔵庫のドアが開まるたびにカメラが内部の写真を撮影し、付属のアプリにデータを送信できる、どんな冷蔵庫にも設置可能なワイヤレスカメラです。ユーザーは店舗での買い物中に冷蔵庫の中身を確認できるほか、Amazon Freshのカートが自動的に更新されるため、簡単に商品を補充することも可能です。低価格のコネクテッドデバイスが増え、住まいはスマート化しつつあります。スマートデバイスを自社製造していないブランドも、家庭用テクノロジーを活用したサービスをデザインすることで活路を見出すことができ、短期的にはバーチャルアシスタント/AIアシスタントがその主な手段となるでしょう。在宅でのショッピングエクスペリエンスを向上させるだけでなく、パーソナライズされた提案が将来的な消費者のブランドロイヤリティーにも影響を与える可能性が本ホワイトペーパーでは示唆されています。

【消費者に寄り添う e コマースが世界で飛躍！リアルな消費者とのリモートインタラクションやアシステッドコマースがエクスペリエンスを向上させる - 61%のマーケターが、消費者にとって利便性の高いエクスペリエンスがビジネス成長における最大の推進要因になると回答 -】

長い間、実店舗に比べカスタマーエクスペリエンスが劣っていると言われてきた e コマースは、コロナ禍を受けてアシステッドコマースが広く取り入れられたことで目覚ましい進化を遂げています。消費者との対話からニーズを聞き取り細かく接客することで、実店舗に近いエクスペリエンスを提供できるため、オンラインショッピング客と上手に関係性を構築することが可能です。iProspect ではこれが世界中でデジタルコマースの新たな基準になると確信しており、APAC の多くの市場では既にそうなっています。インドにおけるロックダウン下のキャンペーンを例にとると、State Bank of India ではチャットボットとチャット対応ディスプレイを活用し、支店へ足を運ばなくなった顧客の対応を行ないました。その結果、1 億 6,800 万件以上のエンゲージメントをもたらし、チャット上の説明ビデオは 9,600 万回以上も視聴されています。また、英国では化粧品ブランドの NARS がスマートスピーカーユーザー向けにサンプル請求に関するキャンペーンを行ない、「NARS にサンプルを請求して」とスピーカーに話しかけるだけで、自宅にいながら口紅やブラシ、マスカラのサンプルがもらえるというものでした。パンデミックで実店舗が閉鎖している中でも、消費者に自社の商品を試してもらうことを可能にした賢明なキャンペーン例です。

消費者の中には、機械と対話するという考えに馴染んでいない層もいる中、テクノロジーを上手く用いれば、実際に対面することなく「ひと対ひと」のやり取りを前面に据えることも可能です。こうした消費者に寄り添うことができる 1 対 1 のバーチャルインタラクションの利用はコロナ禍で加速しており、アシステッドコマース・ソリューションを活用すれば、消費者の不満を軽減し販売を促進することに繋げられるのです。更に、サードパーティーCookie の終了を受け、将来的にアシステッドコマースの役割と重要度がますます高まる可能性も本ホワイトペーパーでは考察されています。

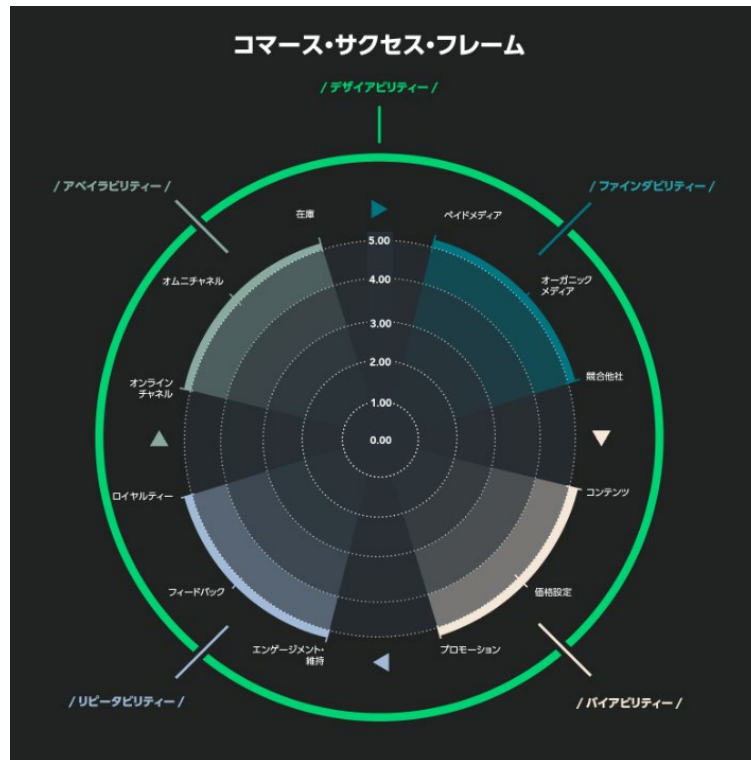


マーケターがコマースで強固なプレゼンスを確立するには、ブランディングとパフォーマンスマーケティングを統合し、コンシューマージャーニーのいかなるタッチポイントにおいても購入が可能になる仕組みを作ることが重要です。多様化、複雑化しているコマースの現状を踏まえ、今後の戦略を考える際コマース・サクセス・フレームワーク（CSF）を軸に検討いただくと良いでしょう。CSF とは、iProspect が開発した消費者の購入プロセスを 5 つの指標を用いて検証する評価手法です。

- デザイナビリティ（要求性／購入欲求を引き出す魅力度）
- アベイラビリティ（入手可能性／手に入れやすさ）
- ファイндаビリティ（発見性／見つけやすさ）
- バイナビリティ（購入可能性／競合商品との差別化）
- リピーナビリティ（継続性／初回購入後も続く顧客関係を構築）

自社のコマース能力を正確に把握し検証するよう努めれば、ブランドにとって最も収益性の高いコマースモデルを定義すること、e コマースと店舗の統合性を高め実行可能なオムニチャネル戦略に一本化すること、新たな成長チャネルを探索すること、メディア機会を取引機会に転換することが可能になります。

より詳細な「**FUTURE FOCUS 2021 - ブランドの成長を加速させる／Brands Accelerated**」本編（日本語版）は下記特設サイトにてダウンロードが可能です。<https://www.iprospect.com/ja/jp/news-and-insights/insights/future-focus-2021/>



iProspect (アイプロスペクト)について

iProspect は、dentsu グループに属し、グローバルに展開するデジタルファースト・エンドツーエンドメディアエージェンシーです。メディア戦略とストーリーテリング、デジタルの専門性およびオーディエンスの深い理解と知識を組み合わせ、パフォーマンス主導のブランド構築という新領域を定義します。iProspect は、人を中心としたソリューション (human-centric solutions) の提供により、Sonos、Cox、LG、Hilton、Levi's、Budweiser、Microsoft、Procter & Gamble など、グローバルブランドの成長を加速させています。世界 93 の市場にわたる 8,000 人を超えるメディアとパフォーマンスのエキスパートで構成された iProspect チームがグローバルネットワークで活躍しています。(https://www.iprospect.com/ja/jp/)。

■iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン) の概要

会社名 : iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン株式会社)
 代表者 : CEO 金井 耕一
 所在地 : 東京都港区東新橋 1-8-1
 設立 : 2003 年 12 月
 URL : <https://www.iprospect.com/ja/jp/>