

ファンの“**クチコミ**”は人を動かすのか？
アンバサダーの貢献と越境ECへの取り組み

アジャイルメディア・ネットワーク

クチコミは人を動かすのか？

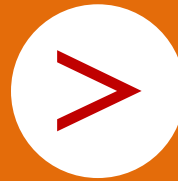


アンバサダー Ambassador

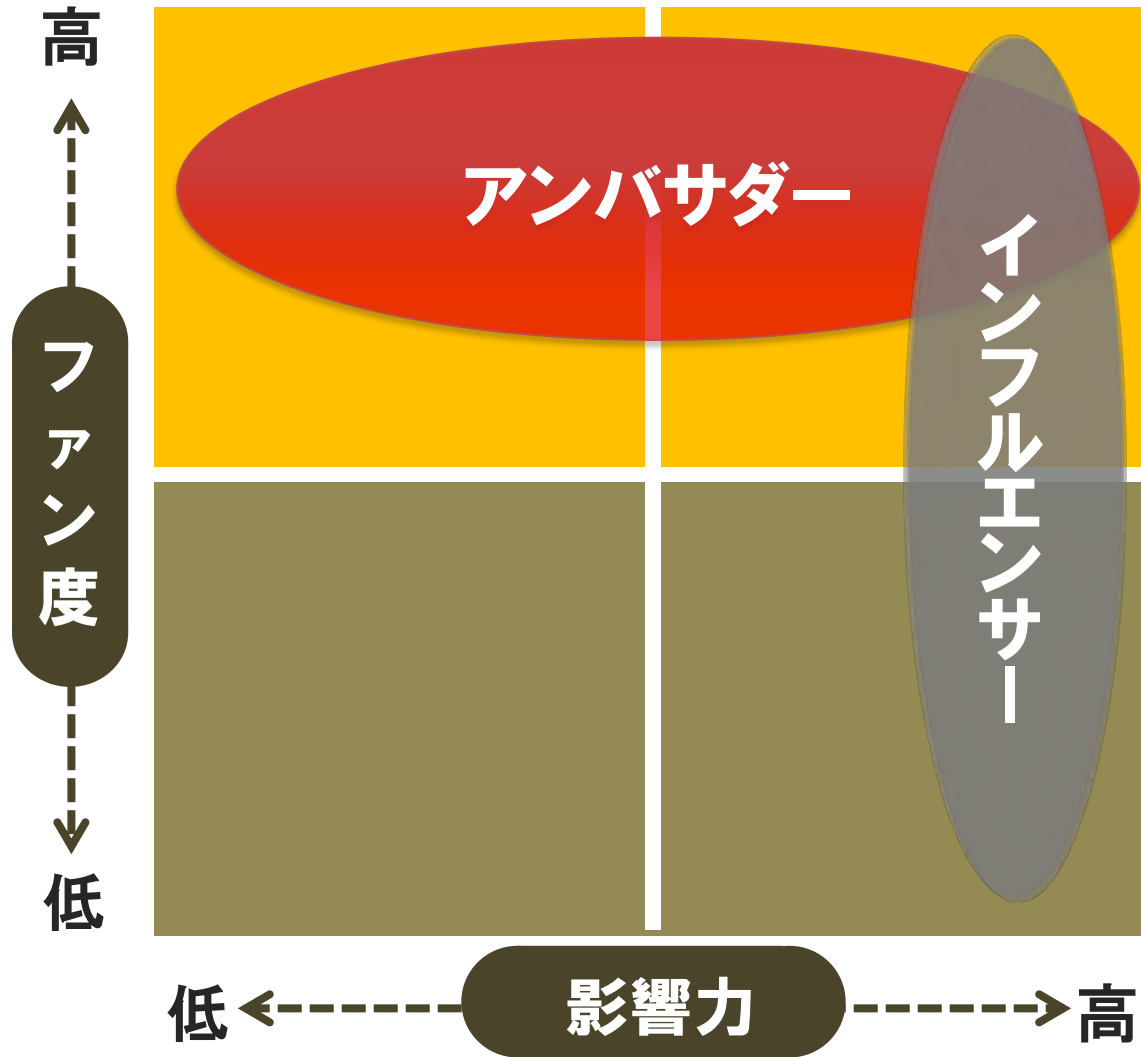
企業/ブランドと積極的に関わり
自発的にクチコミ・推奨するファン



ファン度



影響力



アンバサダーの貢献領域が広がっています

eコマース

- ・ブランディング
- ・指標改善

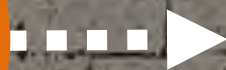
海外販路開拓

- ・越境EC
- ・インバウンド需要

アンバサダー/ファンによるクチコミ

でも、そんな簡単にはクチコミしない

満足



推奨

“わざわざ”クチコミしてもらうためには？

1

動機付け

2

クチコミ
機会

3

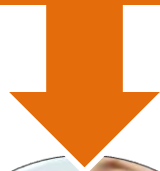
知識

アンバサダープログラム

ブランドの『選択理由』や『満足』を周囲に伝える



機会の提供



アンバサダー

価格.com

LINE

ONLINE

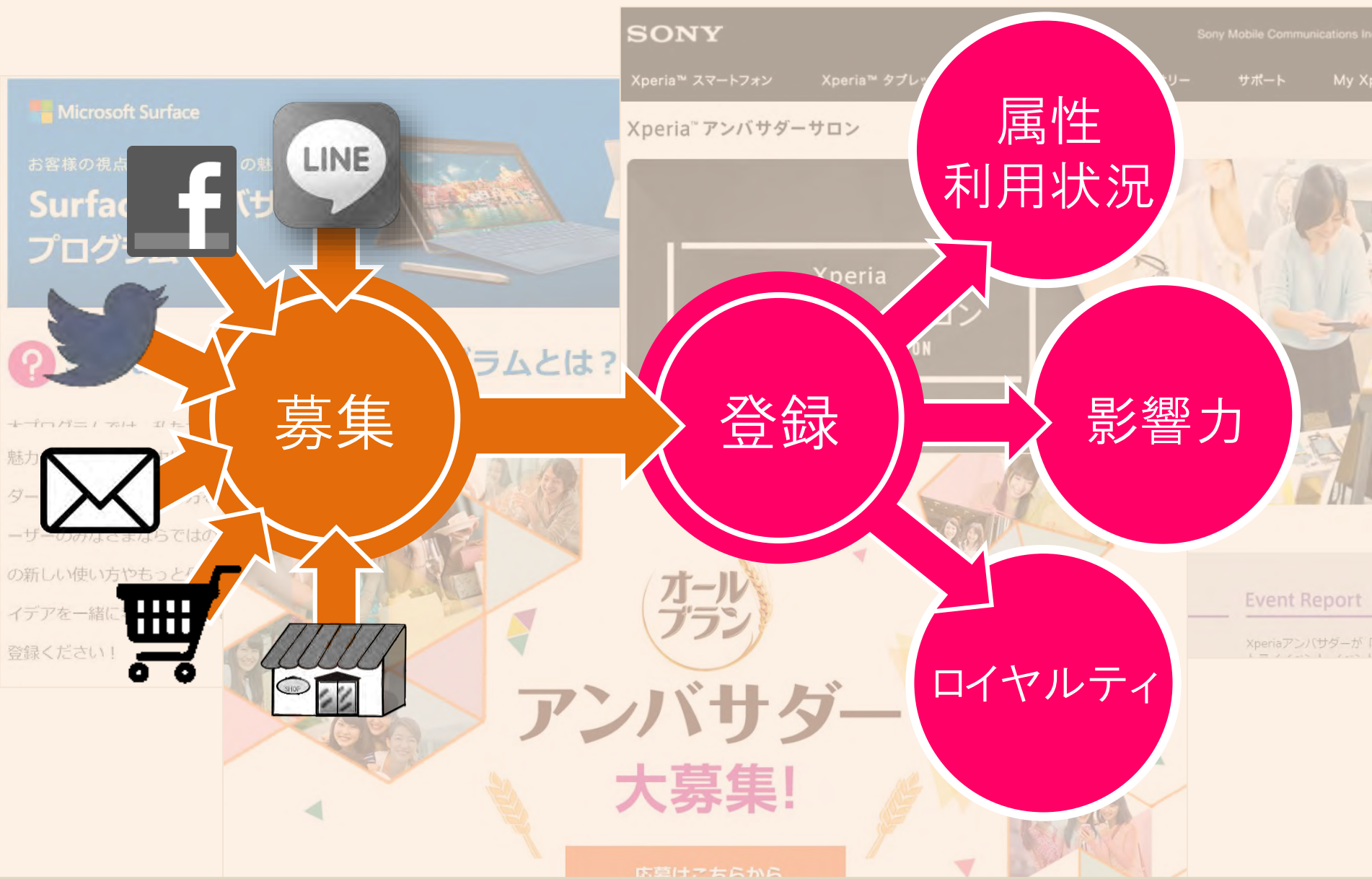
@cosme



OFFLINE



“登録行為”を通じて「動機付け」と「分析」を実施



購買データ×クチコミ貢献データ

ECサイト
購買データ

クチコミ貢献
分析データ

- ・購買金額
- ・リピート
- ・ランク

¥



- ・クチコミ回数
- ・影響力
- ・推奨意向

新たなロイヤル顧客指標

EC会員から“アンバサダー”を見つける

機会提供

特別体験イベント/
モニターなど参加機会

EC会員

アンバサダー

友人/知人

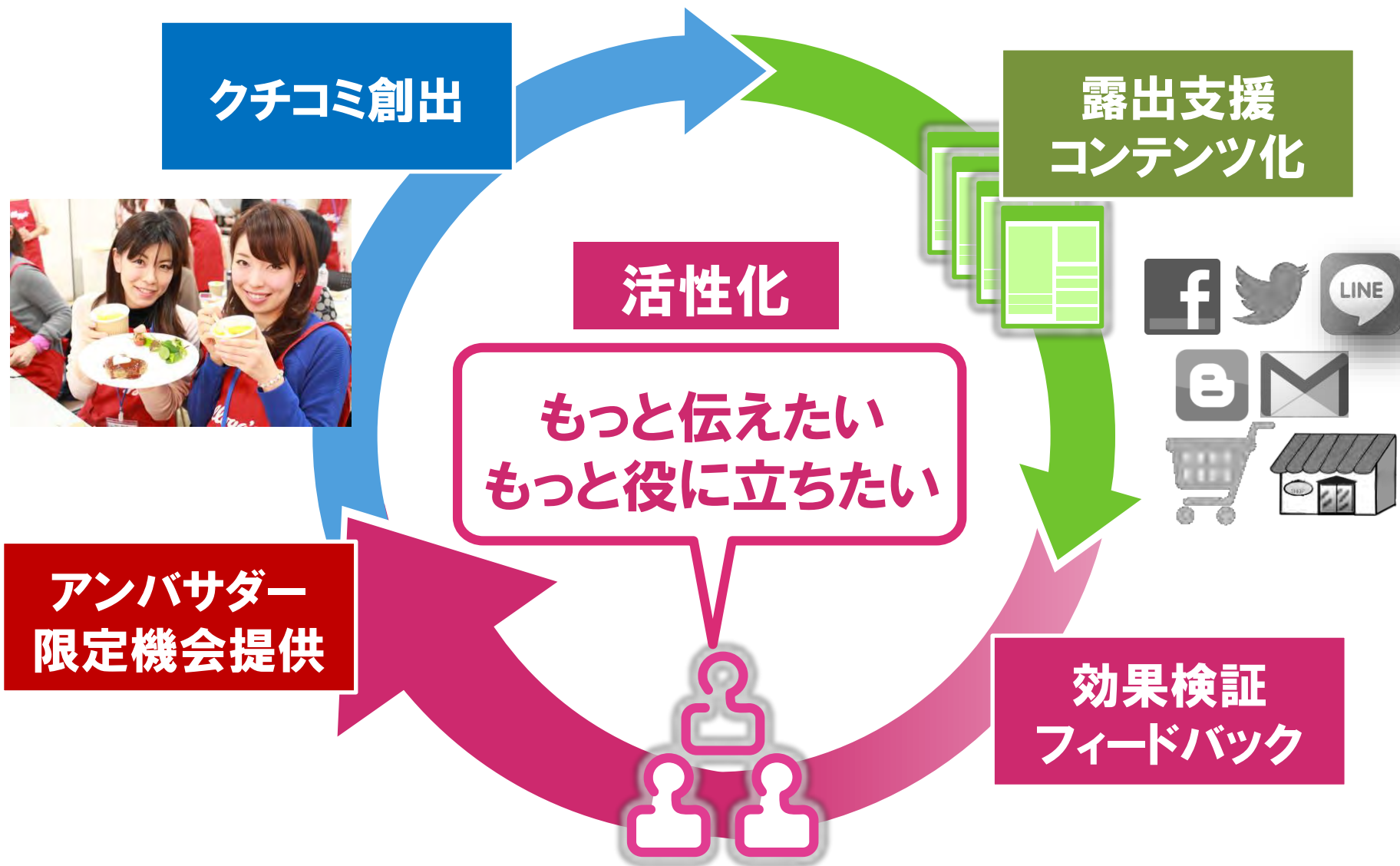
登録・分析

クチコミ活用

新規顧客獲得



“役に立つ”クチコミ創出と流通設計がキモ



アンバサダー施策4つの検討ポイント

1

対象

2

テーマ

3

育成ストーリー

4

損益分岐



1

誰が最も語ってくれそうか

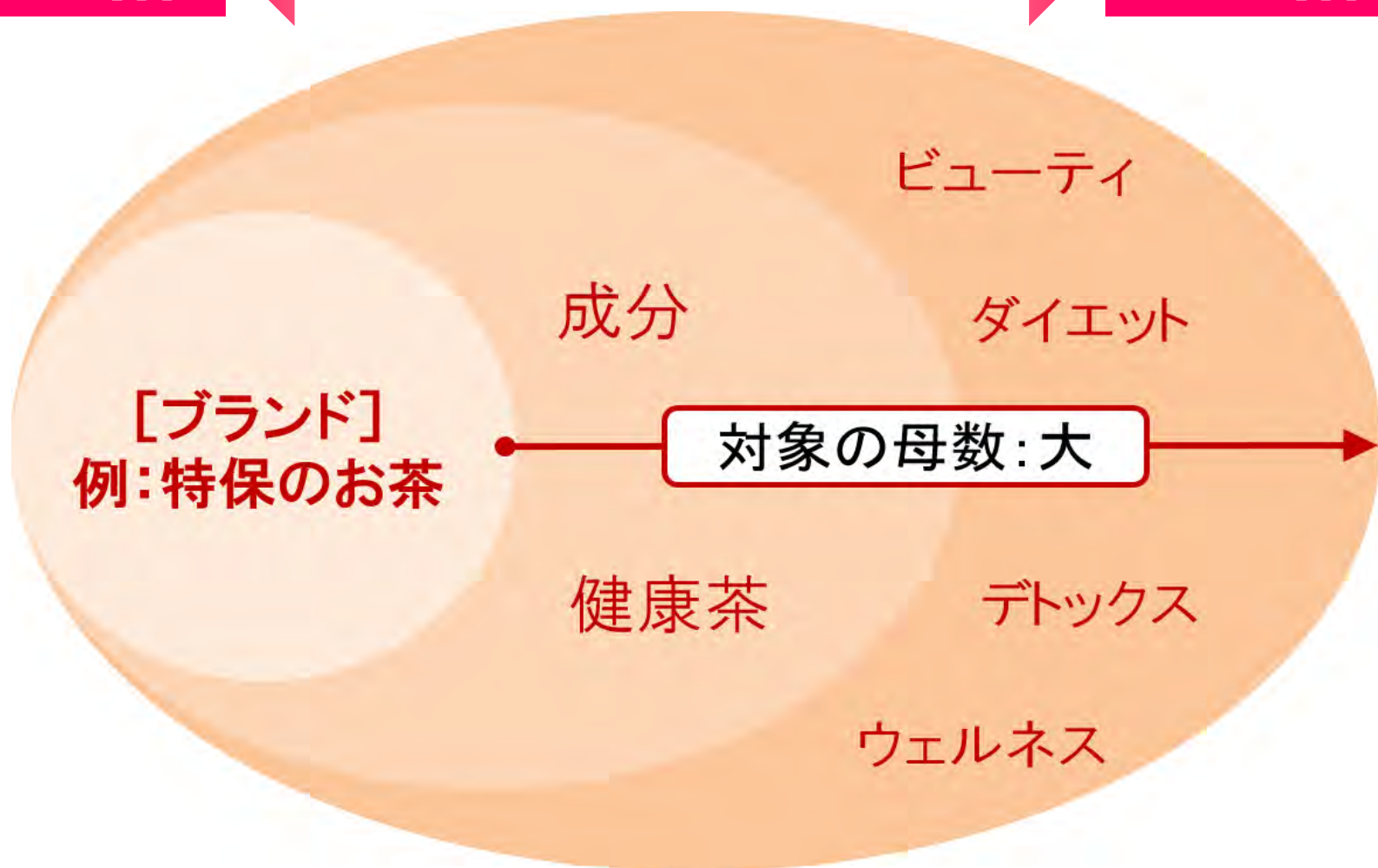


2

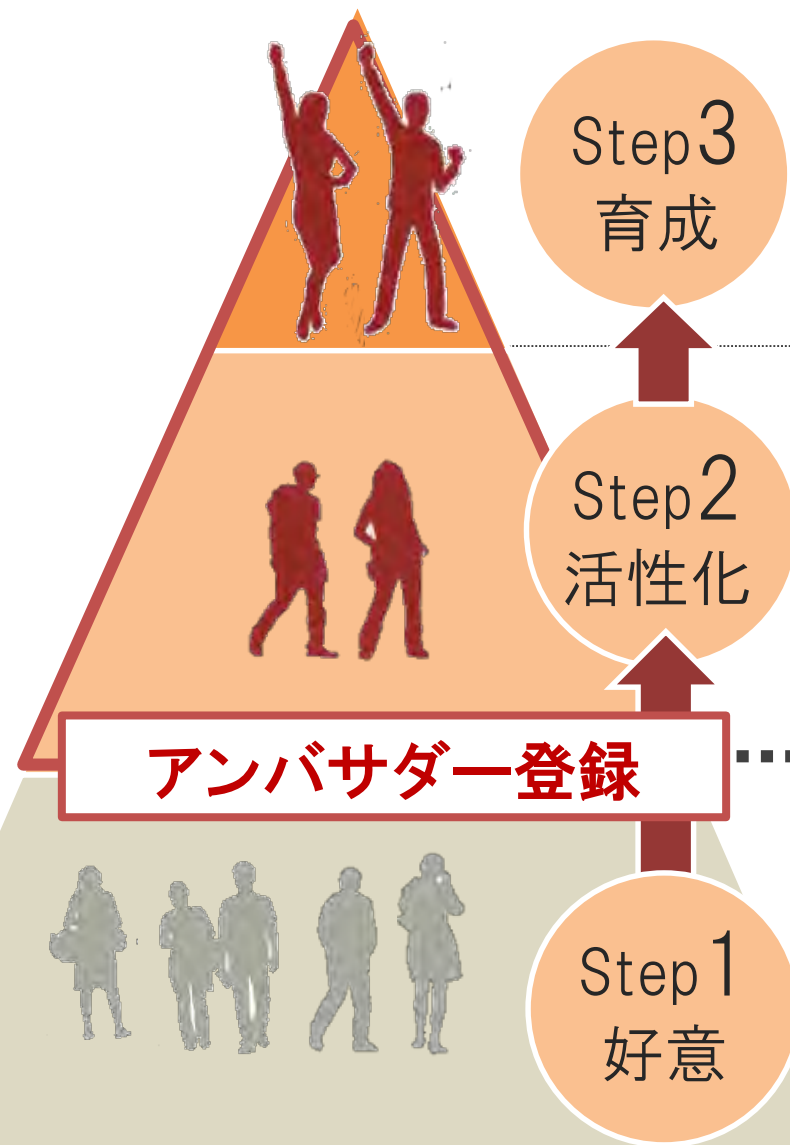
繋がりたい人が“語りやすい”テーマは何か

モノ軸

コト軸



育成ストーリーと位置付ける



シンボルアンバサダー

シンボルとして活動を支援する
[専門家/著名人のファン/貢献者]

アンバサダー

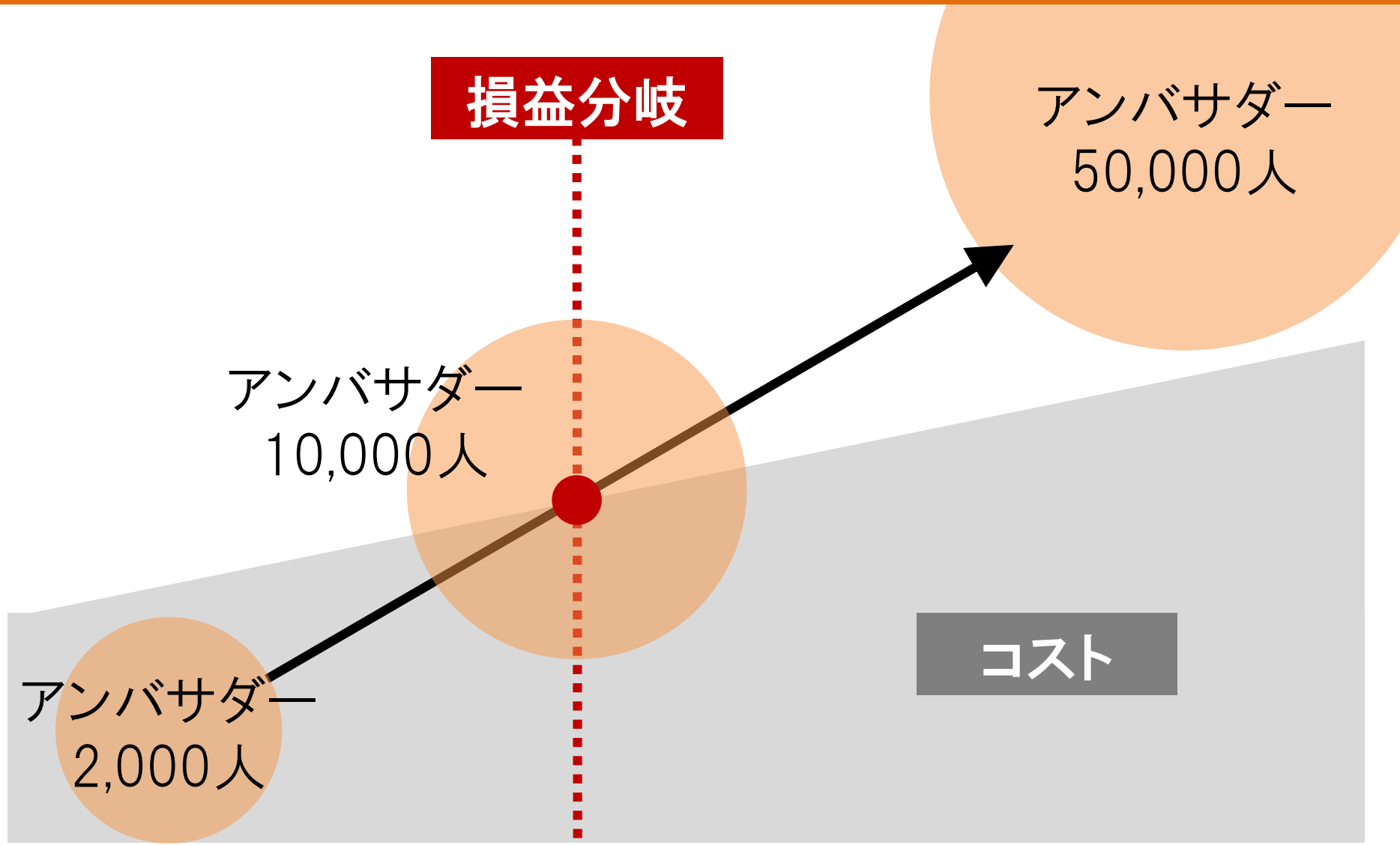
自ら推奨、参加する層の活性化

自社コンタクトポイント

ライトな好意層との継続的接点



繋がりを資産と考え、損益分岐を目指す



どんなブランドが向いているの？

1

ロングセラー製品

製品機能は飛躍的な進化はないがファンを多く抱える

2

機能性製品

機能が実現する世界を伝え
利用者をサポートしてもらう

3

嗜好性製品

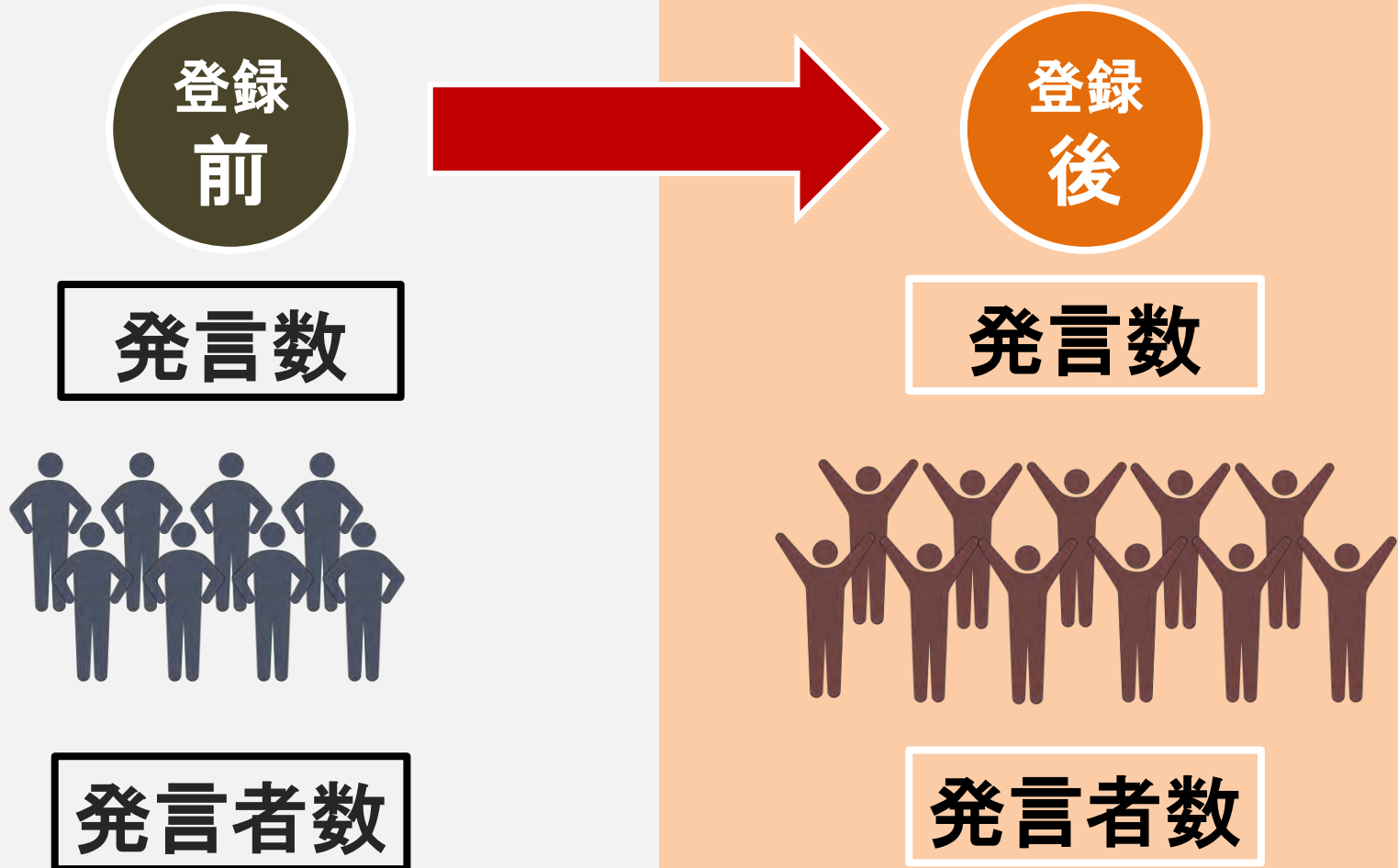
コアファンを通じて満足や
選択理由を可視化する



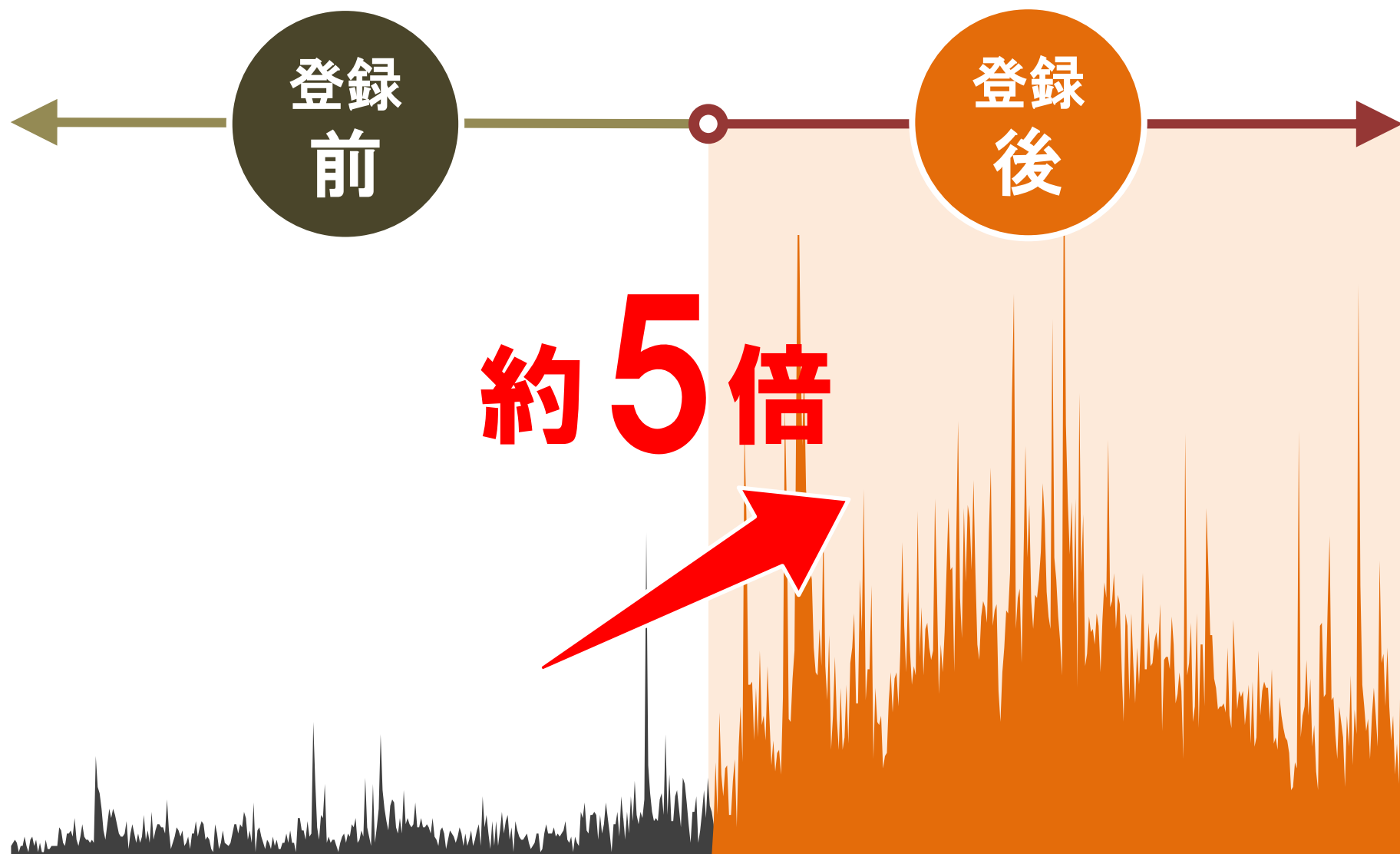
価値と魅力を伝えれば、応えてくれる存在



登録によってファンの発言は増えているのか？



好きだからこそ、知ればファンは語りたくなる



クチコミを活用し購買を後押しする



<購入はこちら> がクリックされた割合

5.8%

1.8%

NPS（ネット・プロモーター・スコア）

あなたはそのブランドを
友人にお薦めしたいと思いますか？

強く薦めたい ←————→ 薦められない



Promoter
推奨者
10・9



Passive
中立者
8・7



Detractor
批判者
6～0

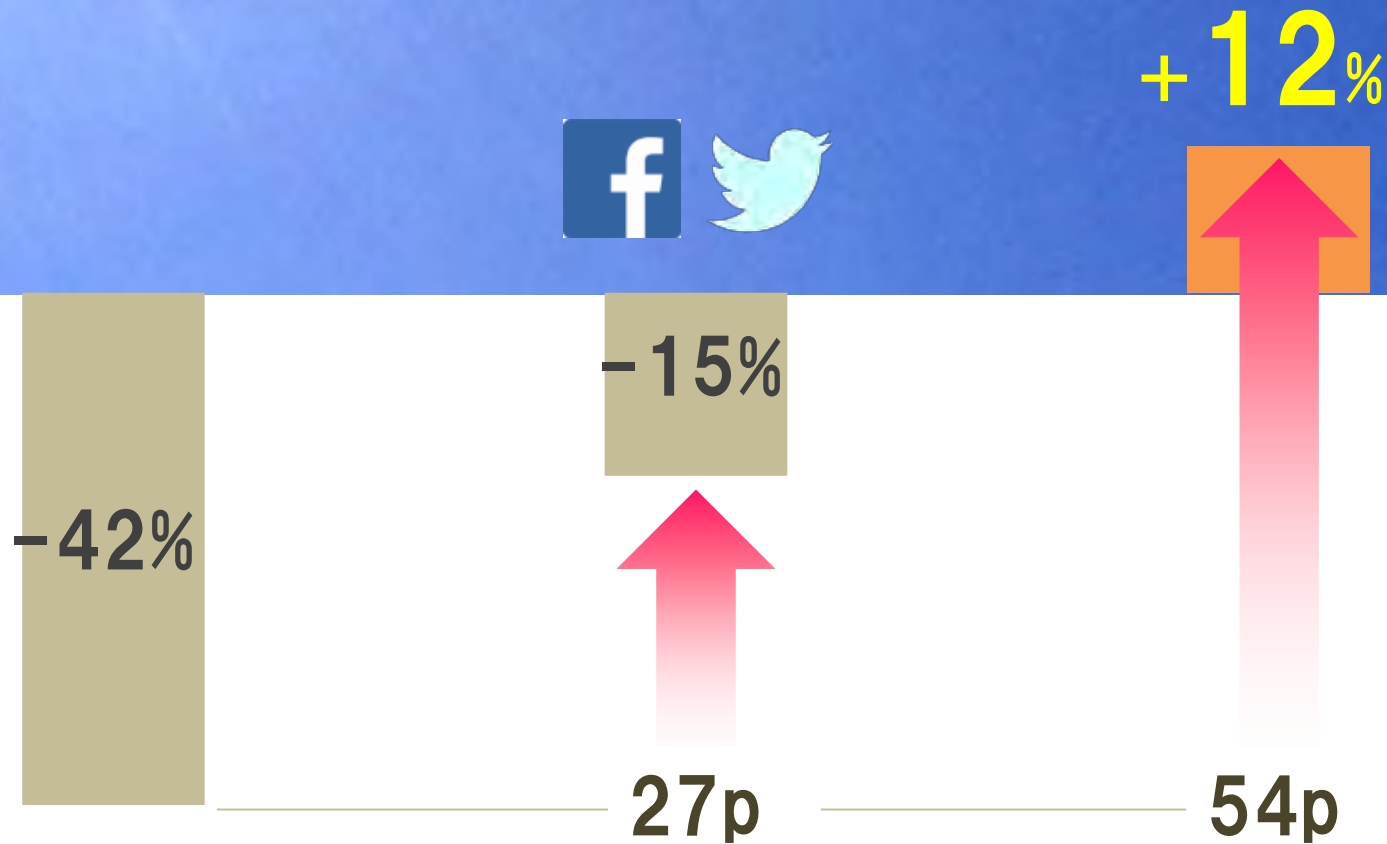
NPS=Promoter（推奨者）－Detractor（批判者）

買ってくれている人 $\neq$ オススメしてくれる人

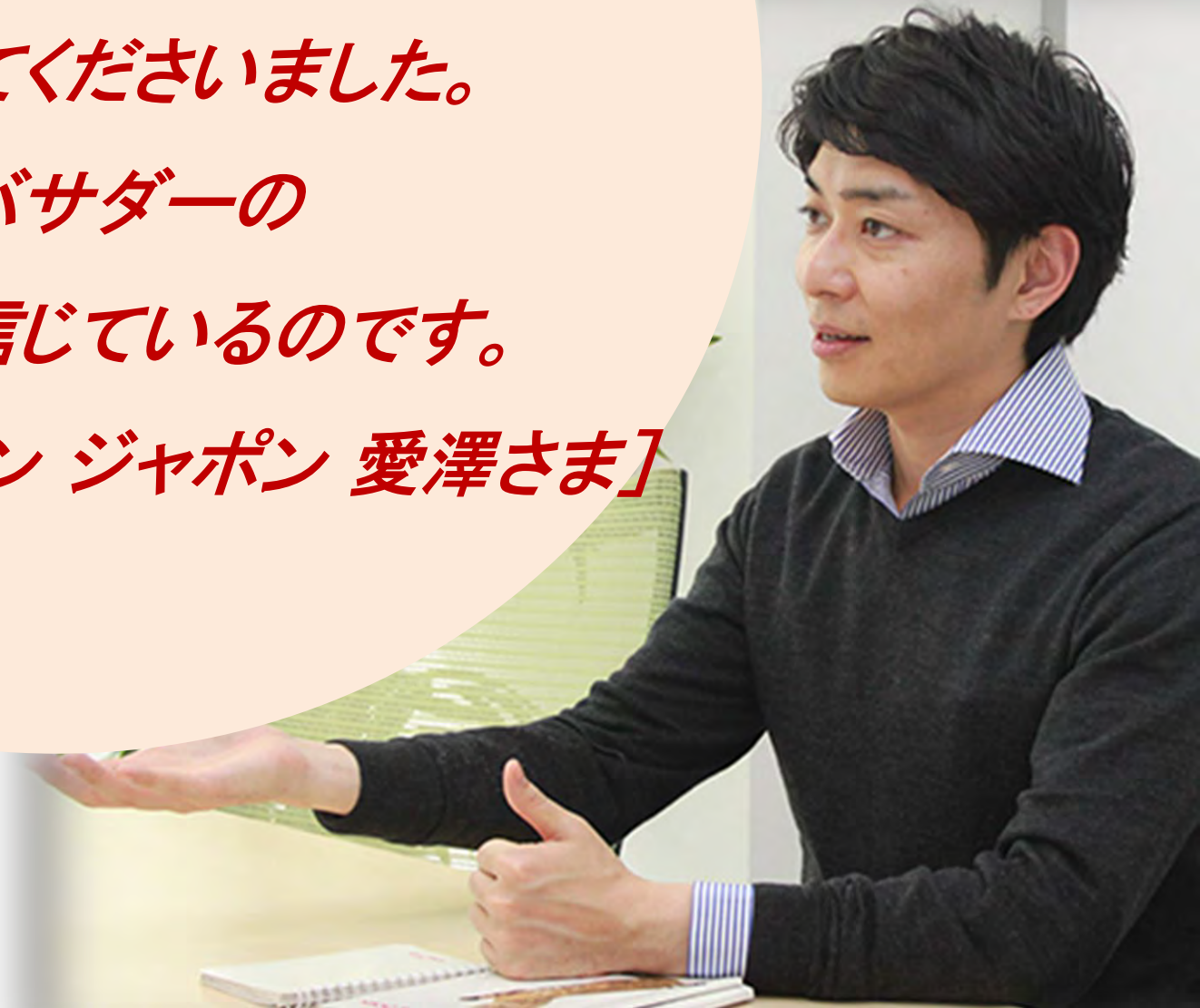
顧客

SNS登録者

アンバサダー



私たちロイヤルカナンだけでは
伝えきれないことを
皆さんが伝えてくださいました。
私たちはアンバサダーの
皆さまの力を信じているのです。
[ロイヤルカナン ジャポン 愛澤さま]



アンバサダープログラムを取り入れて売り上げ25%アップの成果（日本ケロッグ）



100周年キャンペーンで、売り上

もっと消費者に近い方々から、
ご自身の実感を込めて
「おいしさ」や「効果効能」を
伝えてもらう方法はないかと考え、
アンバサダーにたどり着きました。
[日本ケロッグ 五味田さま]

『アンバサダープログラム』とは

ファンが活性化する機会を提供する

ブランドについて語る言葉を増やす

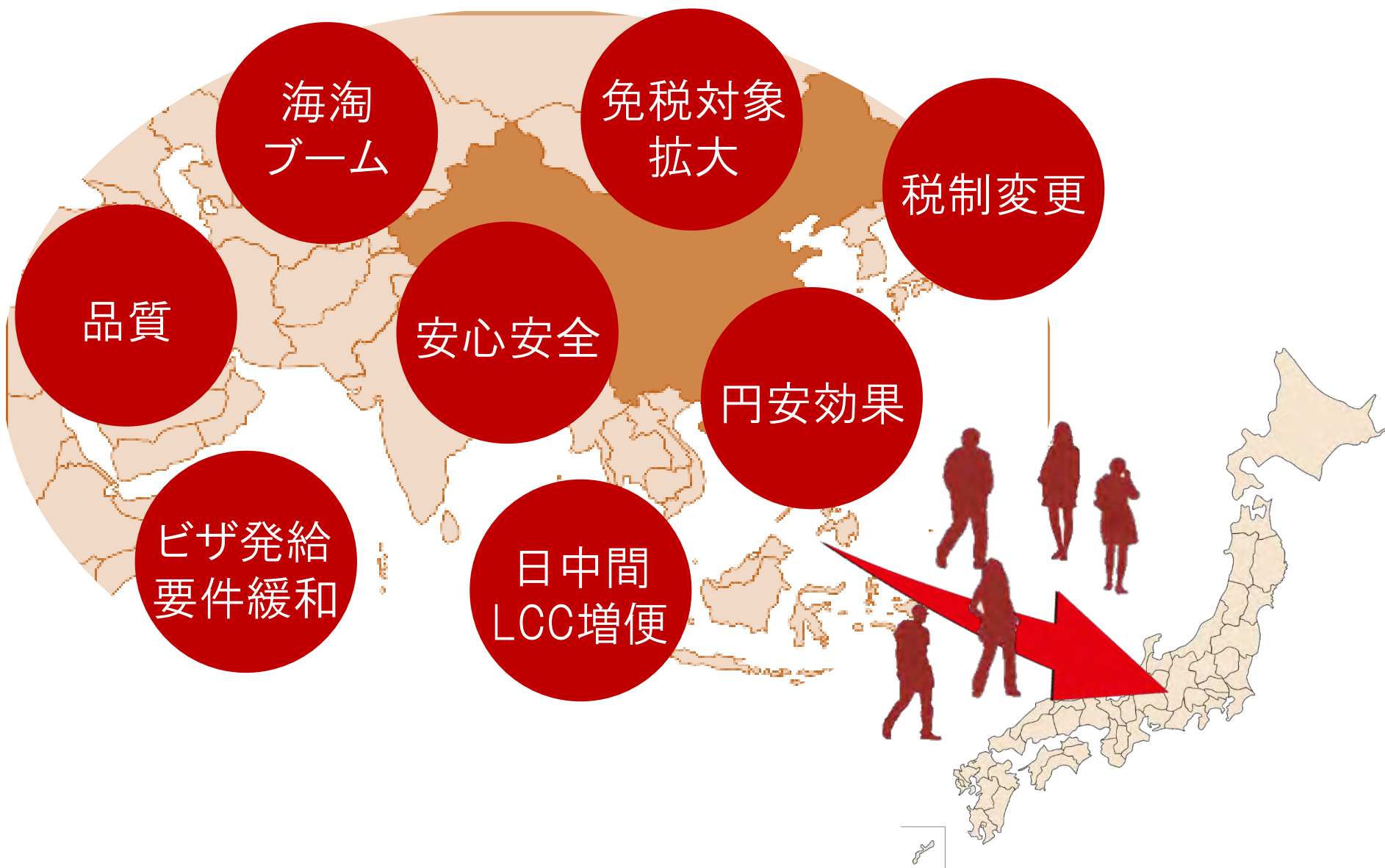
正しい価値・魅力を友人に伝えてもらう



A black and white photograph of a person from the waist down, wearing a dark shirt with white polka dots and light-colored jeans. They are holding several shopping bags. One bag has a floral pattern, and another has a leopard print. The background is a plain, light color.

もう一つの大きな流れ、海外需要

例えば中国、求められる背景は様々



日本には素晴らしい製品が沢山ある

MADE  JAPAN



商品を並べただけでは、売れない



Palau White Skin Lotion 爽肤水

¥330.00

海外館: 日本



Palau White Coral Soap 清爽保湿
香皂

¥250.00

海外館: 日本



Palau White Clay Pack Pro 白泥香

¥330.00

海外館: 日本



Palau White Body Moisturizer 全
身保湿凝露

¥330.00

海外館: 日本



Palau White Facial Soap 洁面乳

¥288.00

海外館: 日本



Palau White Deep Cleansing Foam 深层
洁面乳

¥310.00

海外館: 日本

越境ECも簡単には始められない

1



費用負担

2



顧客対応

3

国外配送



A young girl with long hair, wearing a white sailor hat and a black and white striped shirt, is looking through binoculars. She is sitting on a dark, vintage-style suitcase. In the foreground, there is a white paper boat and a seashell. The background is a plain, light-colored wall.

**海外市場において
テスト販売が可能なプラットフォームが必要**

3つの接点でテスト販売が可能

中国
在住者

越境EC
利用者

訪日
旅行者

価格・露出・期間のコントロール



価格・露出・売り方のテストが可能

中国在住者

百貨店
専門店

越境EC利用者

越境EC
プラットフォーム

訪日旅行客

免税店/百貨店/
アウトレットモール

価格・露出・期間のコントロール

説明員＋体験記事

体験記事

説明員＋体験記事



現状手法：中国向け

インフルエンサー(KOL)

広告投稿



海外ECモール

モール出店・出品

淘宝网 Taobao.com JD.京东 .COM 天猫 TMALL.COM



課題：魅力や価値が正しく伝わっていない

インフルエンサー(KOL)

短文＋写真(＋売り込み)

【常备这12种神药，保健康不求医】日本的药妆店遍布大街小巷，这里物美价廉的商品吸引了很多中国游客前来购买，中国游客冲进去买买买，基本上就没日本国民什么……阅读全文：[2015年最新版【 】](#) 现在转发本微博 就有机会获得这12种神药！（12名粉丝每人一种，随机发放，9月25日公布中奖者）



9月16日 #SANA美白#昨天刚去参加了场里我就迫不及待的告诉了群么多的你 我只能说 我给你算



5月17日 20:46 来自 iPhone 客户端



CPB资生堂肌肤之钥系列 洁面膏 125g 含氨基酸的洁面泡沫，温和地溶解污垢、油脂和杂质，洁面后水份仍不会流失，冲洗后不会有任何残留令肌肤柔软幼滑剔透 保湿 清爽 国内专柜价格500，优子代购价格340元拼邮。

微信客户订购减10元，下同。



5日前

ECモール/越境EC

商品画像＋基本情報のみ



商品详情	细节图片
商品品牌 PURE SMILE	
商品名称 ROSEMARY AROMA MASK	
成分 水，甘油，BG，芦荟汁，β-葡聚糖，黄原胶，马齿苋提取物，水解胶原蛋白，泛醇，透明质酸钠，蜂王浆提取物，EDTA-2Na盐，羟丙基瓜耳胶，羟苯甲酸甲酯，聚山梨醇酯80，苯氧基乙醇，泛醌，乙酸维生素E，海藻附近刺仁油，熊果苷，乙酰基六肽-8，薰衣草精油。	
内容物 眼睛护理面膜8毫升 脸线护理面膜30毫升	
商品特点	



PURE SMILE 治愈系之美

爆款面膜 面膜+眼膜 1套

贩卖价格：¥10.00

商品原价:28.00 3.6折

日本人による体験記事＋現地売場スタッフを提供

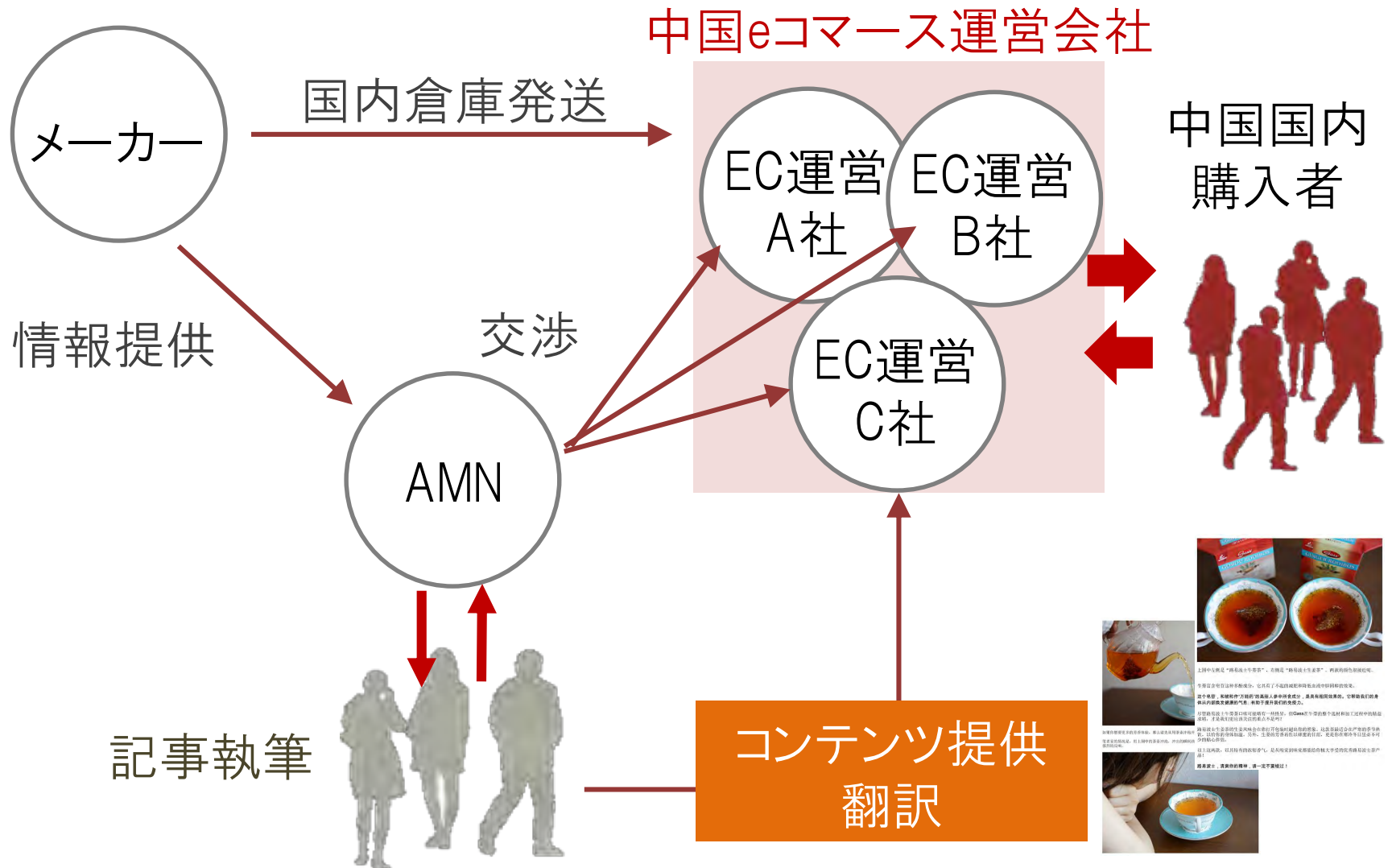
体験記事提供(中国語)



魅力を伝える店頭スタッフ

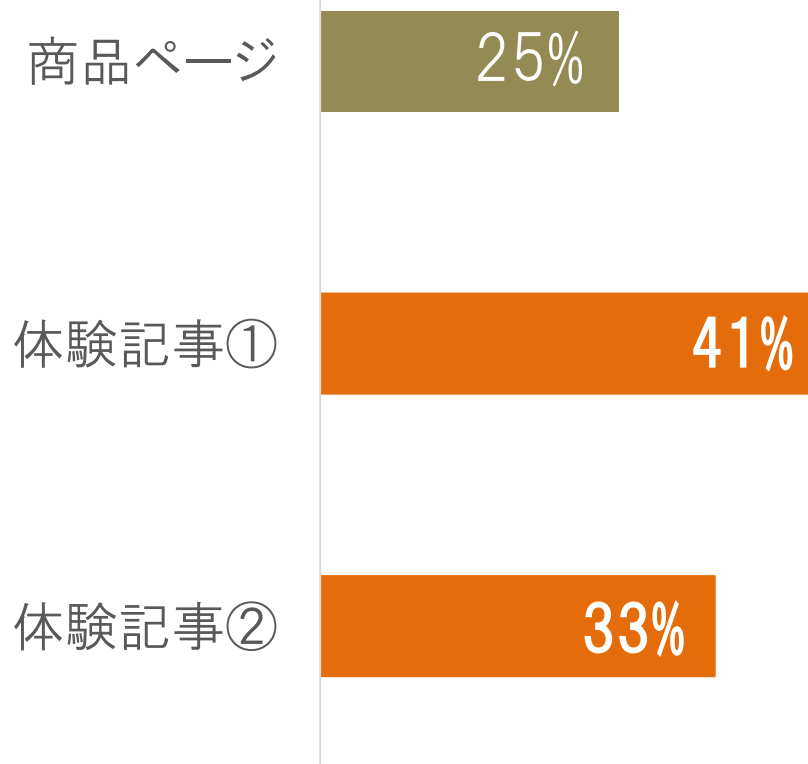


**出品交渉・顧客対応・コンテンツ作成・発送
全てを対応します**

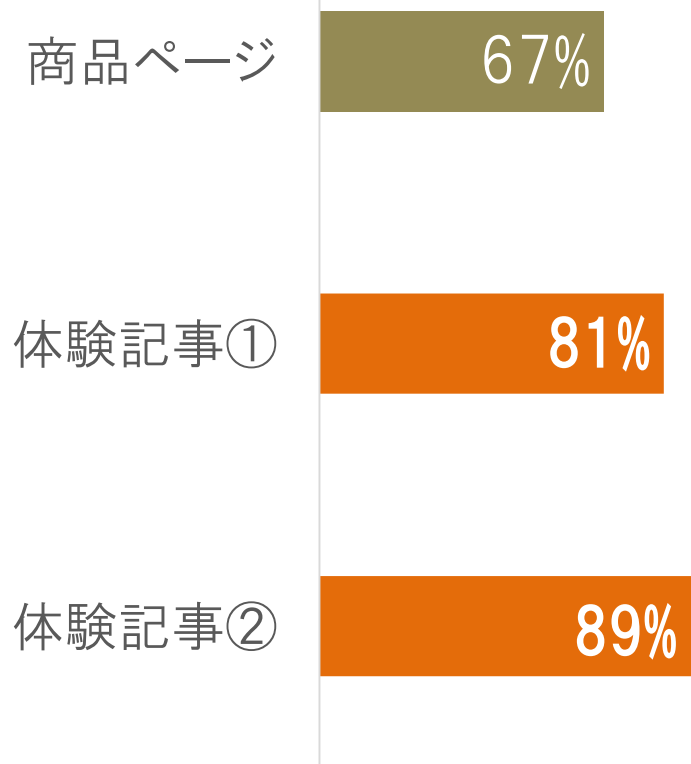


日本人による体験記事は商品理解と信頼を醸成

Q: 商品特徴について、他の商品とは違う感じを受けますか？

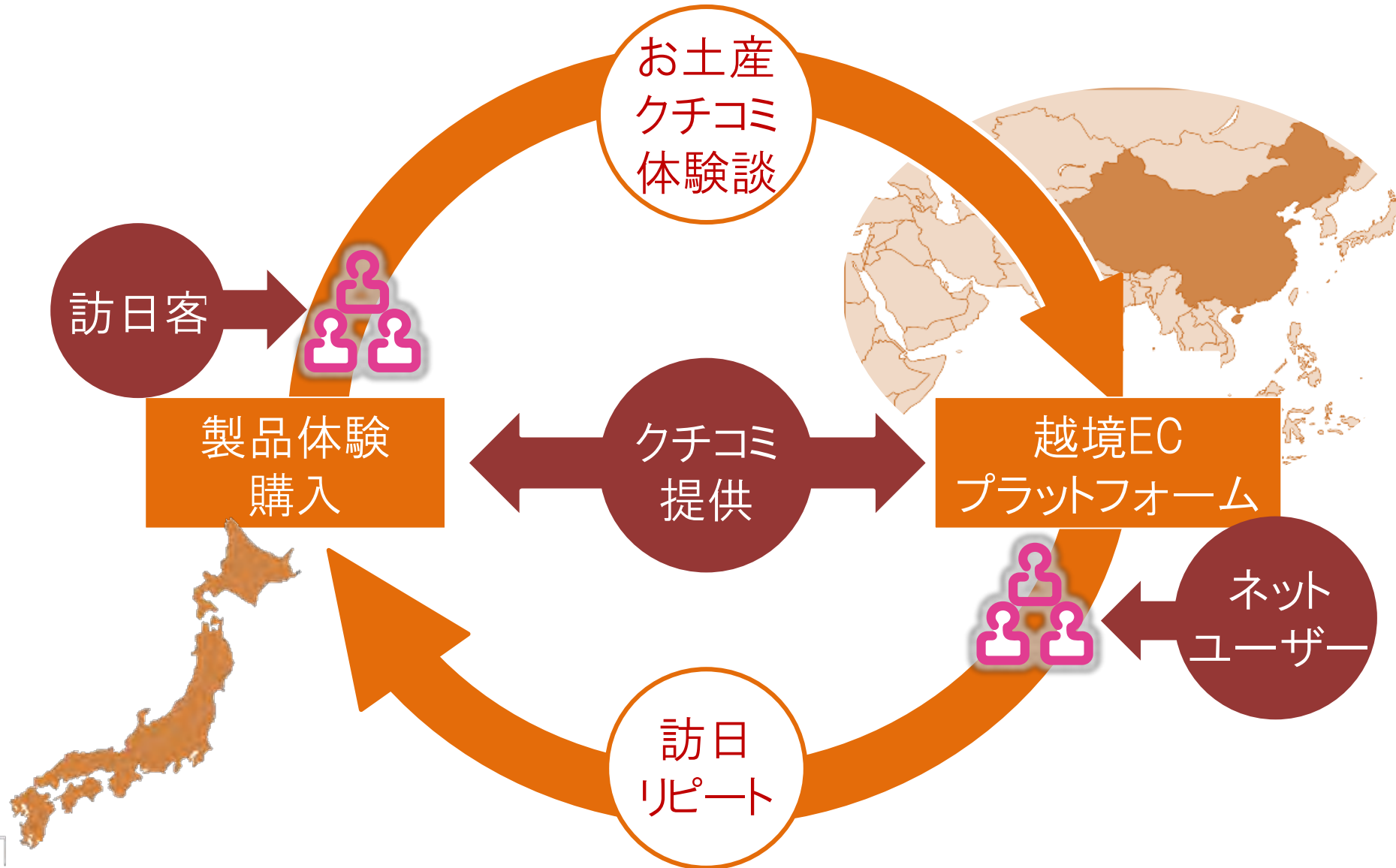


Q: 商品の特徴について、信じられると思いますか？



(訪日経験者n総数177)

インバウンドO2Oサイクル構築



アンバサダーの貢献領域が広がっています

eコマース

- ・ブランディング
- ・指標改善

海外販路開拓

- ・越境EC
- ・インバウンド需要

アンバサダー/ファンによるクチコミ



**顧客(EC)の中にこそ
アンバサダーは
存在する**

A young girl with long brown hair in pigtails, wearing a white shirt, is seen from behind. She is standing in front of a dark chalkboard. Her right hand is holding a pink eraser, and she is in the process of erasing the word "IMPOSSIBLE" which is written in white chalk. Her left hand is pressed against the chalkboard. The word "IMPOSSIBLE" is partially erased, with the "IM" being more so than the "POSSIBLE".

IMPOSSIBLE

**皆さんの
ブランドや企業にも
アンバサダーは、います**

A low-angle, warm-toned photograph showing the lower legs and feet of several people standing on a cobblestone street. The scene is backlit by a bright sun, creating a strong lens flare and a golden glow. The people are wearing various styles of jeans and sneakers. In the background, a white car is parked on the street, and a building with a clock tower is visible in the distance.

**全てのブランドのファンが
もっと語れる機会を！
ありがとうございました！**