

明日の広告・明日のコミュニケーション・明日のプランニング・ファンベース

	2008	2011	2015	2018
	明日の広告	明日のコミュニケーション	明日のプランニング	ファンベース
	<p>変化した生活者とコミュニケーションをとる方法</p> <p>Google 日本語検索開始 (2000)</p> <p>amazon 日本進出 (2000)</p> <p>YAHOO! JAPAN BB 運営開始 (2001)</p> <p>mixi ミクシィ 運営開始 (2004)</p> <p>YouTube 運営開始 (2005)</p>	<p>「関与する生活者」に愛される方法</p> <p>twitter 日本進出 (2008)</p> <p>facebook 日本進出 (2008)</p> <p>iPhone 日本発売開始 (2008)</p>	<p>伝わらない時代に「伝わる」方法</p> <p>Instagram 日本進出 (2014)</p>	<p>支持され、愛され、長く売れ続ける方法</p> <p>SNSユーザ数 (2018時点)</p> <p>twitter 2,800万</p> <p>facebook 4,500万</p> <p>Instagram 2,900万</p> <p>YouTube 6,299万</p> <p>スマホ普及率 (2017時点)</p> <p>54.2%</p>
環境の変化				
生活者	<p>ブロードバンドの普及により情報の受信量が急増</p> <p>❖ 殆どの情報をスルー</p>	<p>SNSの普及により個人の発信量が急増</p> <p>❖ 友人知人メディアを信頼</p>	<p>一方で「砂一時代『以前』の生活者」も多く存在する</p> <p>❖ マススペースの施策も有効</p>	<p>❖ 砂一時代*の生活者の増加</p>
マーケティングの手法(抜粋)	<p>7つの待ち伏せ方</p> <p>👤 コンタクトポイントを設計する</p> <p>⊕ 新しいメディアを創る</p> <p>👍 口コミで広げる</p> <p>💡 UGMを活用する</p> <p>🎮 エンタメに入り込む</p> <p>🔍 検索上位に入り込む</p> <p>👤 先入観なくメディア配置する</p>	<p>6つの「SIPS × AI」</p> <p>SIPS = S:共感 I:確認 P:参加 S共有&amp;拡散</p> <p>AI = A:注意 I:興味</p> <p>① 「共感(S)」 × AI</p> <p>AI S ▶ I ▶ P ▶ S</p> <p>② AIで「参加(P)」を加速する</p> <p>S ▶ I AI P ▶ S</p> <p>③ SIPSで生じた口コミをAIで加速する</p> <p>S ▶ I ▶ P ▶ S AI</p> <p>④ SIPSで共感を創りAIの効果を高める</p> <p>P ▶ S ▶ S ▶ I ▶ P ▶ S AI</p> <p>⑤ SIPSのみでエンゲージする</p> <p>P ▶ S ▶ S ▶ I AI P ▶ S</p> <p>⑥ SIPSとAIでターゲットを分ける</p>	<p>7つの自然な言葉の引出し方</p> <p>👤 社員(=最強ファン)の共感を作る</p> <p>VIP ファンを特別扱う</p> <p>🎧 生活者との接点でファンを作る</p> <p>👤 ファン本位の商品を作る(共創する)</p> <p>📱 ファンを発掘/活性化/動員/追跡する</p> <p>🌱 ファンと共に育つ</p> <p>🏆 ファンとビジョンを共有する</p>	<p>3つのファンベース全体構築</p> <p>① 中長期ファンベースのみ</p> <p>顧客 20% LTVが徐々に増加</p> <p>売上の80%</p> <p>② 短期施策でゼロからファンを作る</p> <p>認知 ↑ 購入 ↓</p> <p>新規顧客をファンの入口に来てもらう</p> <p>一部をファンにする</p> <p>③ ①を軸に短期施策を組み合わせる</p> <p>ファンが短期施策効果UP</p> <p>コアファン 一部をコアファンにする ▲</p>

\*情報過多の時代を表す造語。ブロードバンド・SNSの普及等により2010年に世界中の砂粒の数と同じ1ゼタバイトの情報が流れたことから。