

エンファムにしかできないリアルとSNSを絡めたファミリーマーケティング術とは？

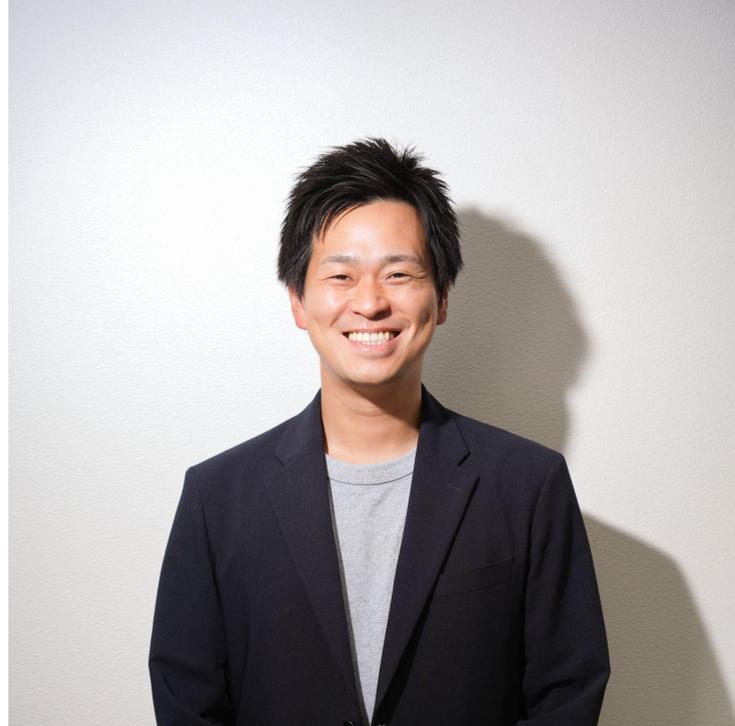
株式会社エンファム.

はじめに

- ・録音録画はご遠慮ください
- ・みなさんの画面は一切表示されないので気兼ねなく御覧ください
- ・セミナー後半にQ&Aタイムがあります。随時質問はお寄せください
- ・セミナー終了後アンケートのご協力をぜひお願いします
回答いただければ、リトル・ママ会員(若年子育て層のみ)の最新のマーケティングデータをプレゼントいたします！
★子育て・生活についてのアンケート

アジェンダ

- 1) スピーカー紹介
- 2) インスタグラムが大切ってホント？ デジタルマーケの現状とは？
- 3) リアルマーケティングとは？
- 4) SNSとリアルマーケティングを同時に行うメリットとは？
- 5) これまでの実績
- 6) Q&A



日光信夫



中島彩佳

株式会社エンファム.

株式会社エンファム.
セールス部 エキスパート
リトル・ママビジネススクール 校長

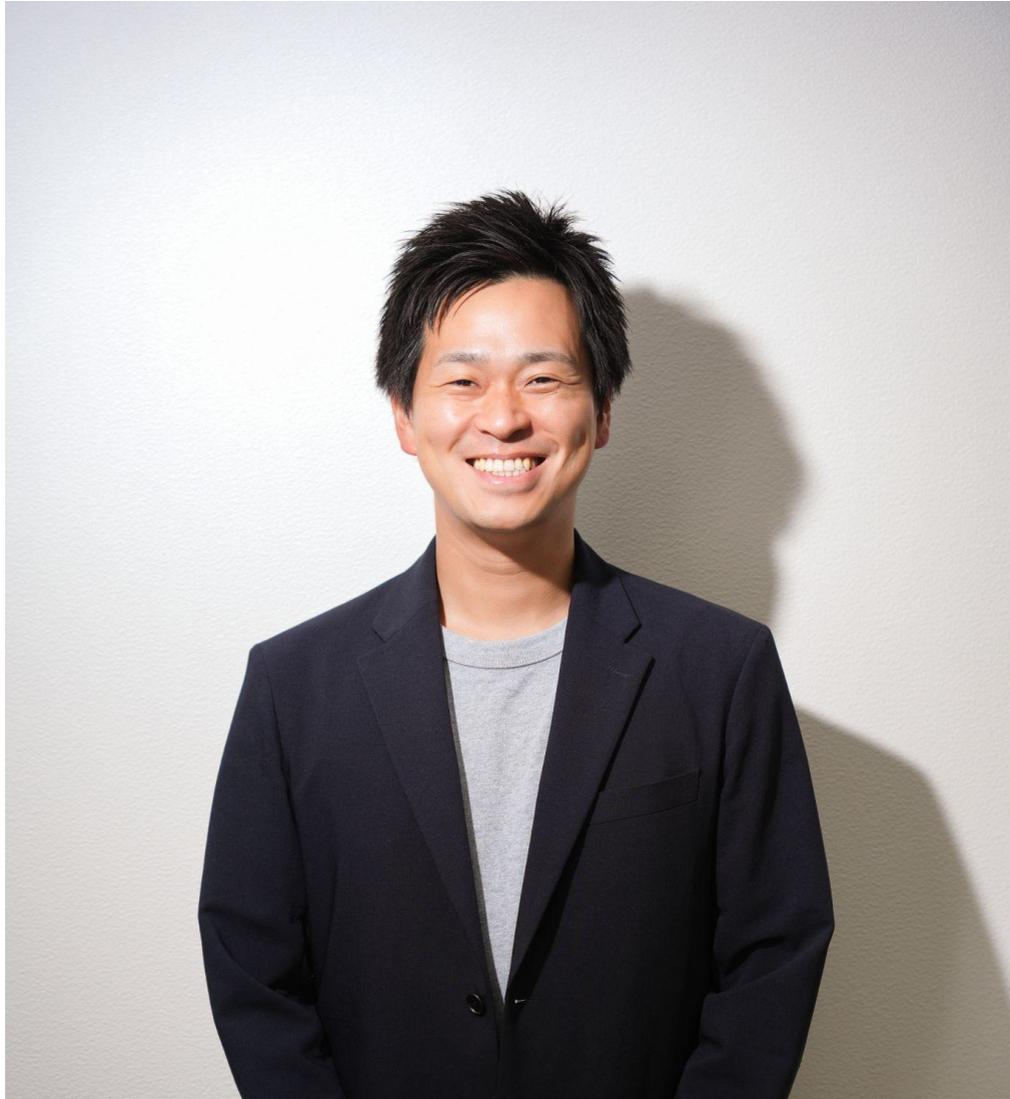
中島彩佳

入社14年の気づけばベテラン？
SNS運用のスペシャリスト！リトル・ママ
ビジネススクールの運営を通して、ママのスキルアップにも
注力しています。

企業様のサービスとママのニーズ
をマッチングさせるのが得意です！

プライベートは5歳の男の子と小2の女の子のママ
子どもたちとキャンプに行くのが好きなので
インスタでキャンプグッズを見つけたら
買ってしまいがちです(笑)





株式会社エンファム.
執行役員
マーケティング部 部長

日光 信夫

2017年中途入社 2年目で営業成績No1となり、毎年昇進・昇格
入社7年目で執行役員に抜擢！
社内では、2023年マーケティング部を新設

得意分野は、《リアルイベントでのマーケティング戦略、SNSを通じたファン
マーケティング、若年ファミリーを1日1万人以上
集客するオリジナルイベントの企画・運営》と多岐にわたる
「クライアントにコミット、役に立つことが大好物」です！

プライベートでは、絶賛2歳の男の子と3ヶ月の女の子の子育て中のパパ。
毎日子どもたちにメロメロです。
特技は、料理(鶏ムネ肉のネギ塩牛タン風がマイブーム)
美味しそうにご飯を食べてる顔を見て、キッチンでお酒飲んでます！

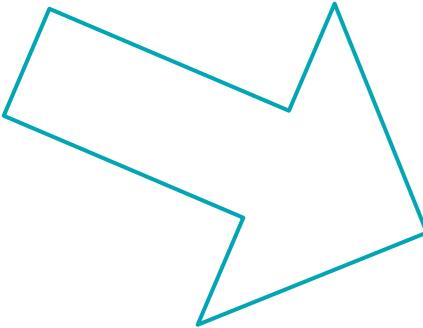
インスタグラムが大切ってホント？ デジタルマーケの現状とは？

デジタルマーケとは？



店頭での販促やマス広告
による宣伝・PRだけでは、
消費につながらない

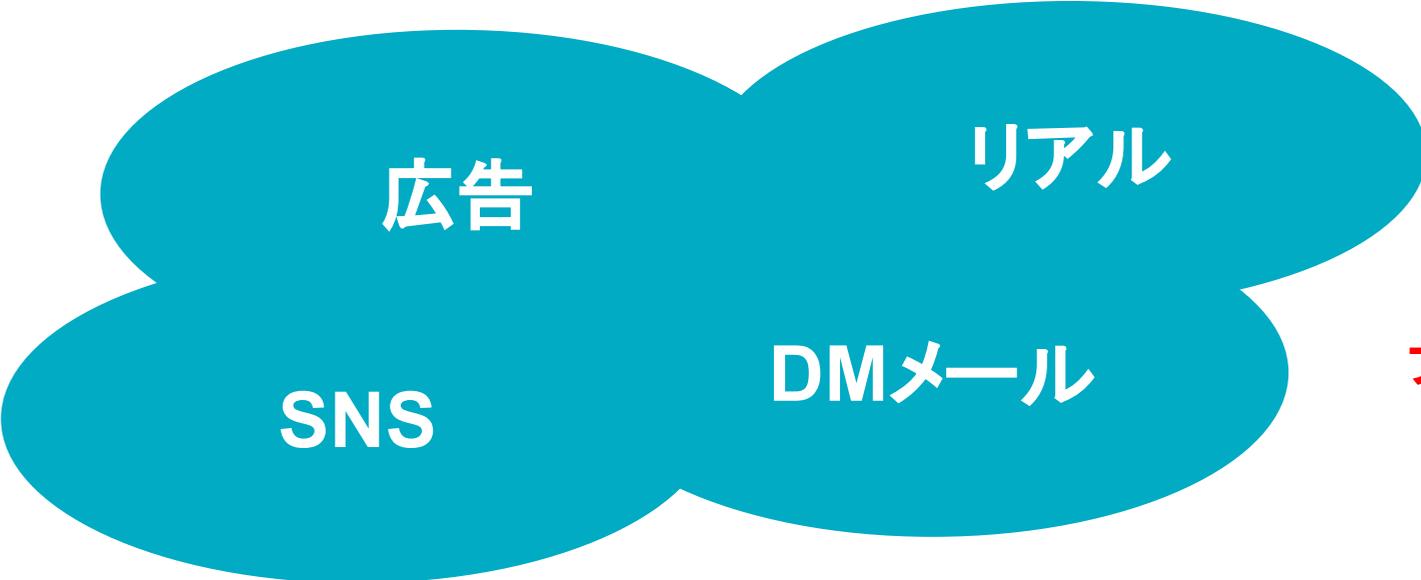
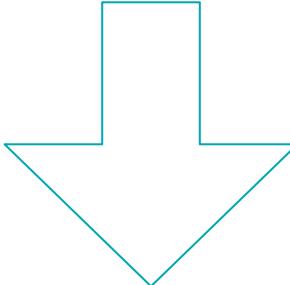
消費行動が多様化



デジタルマーケティングとは？

リアル

WEB



フル活用して顧客との接点を作成

なぜインスタグラムがよいのか？

なぜInstagramがよいのか？

人々は欲しいものと出会うために
Instagramを使う

「新しい生活様式」下では、どのような目的でInstagramを利用することが増えましたか？

1位 趣味・好きなことに関する情報収集 29%

2位 世の中のニュースチェック 19%

3位 友人との会話 14%

3位 外出時間短縮のための事前のサービス内容・口コミチェック 14%

調査名称： 新型コロナウイルス感染症拡大以降の「新しい生活様式」における、消費者のSNS利用実態調査

調査主体： アライドアーキテクト株式会社

調査時期： 2020年7月11日～7月19日

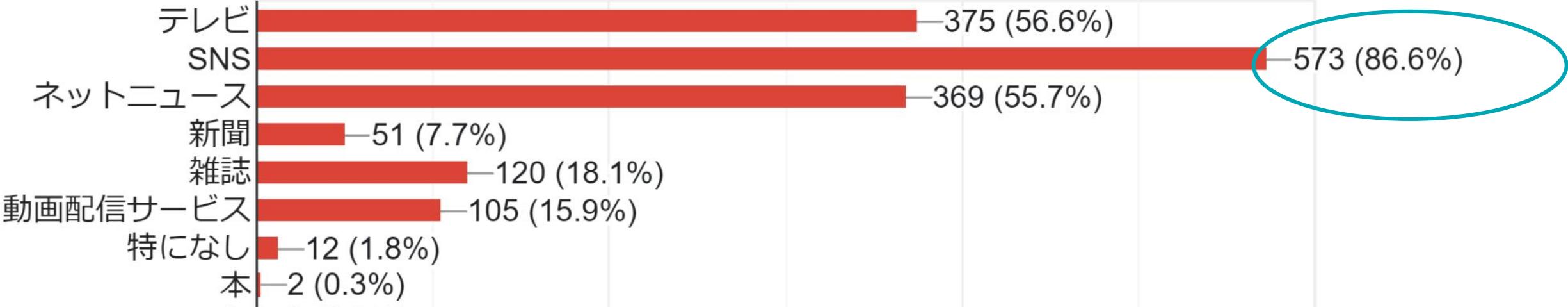
調査方法： モニプラ(アライドアーキテクト株式会社)でアンケート調査を実施

調査対象数:4,069名(アンケート回答完了人数)

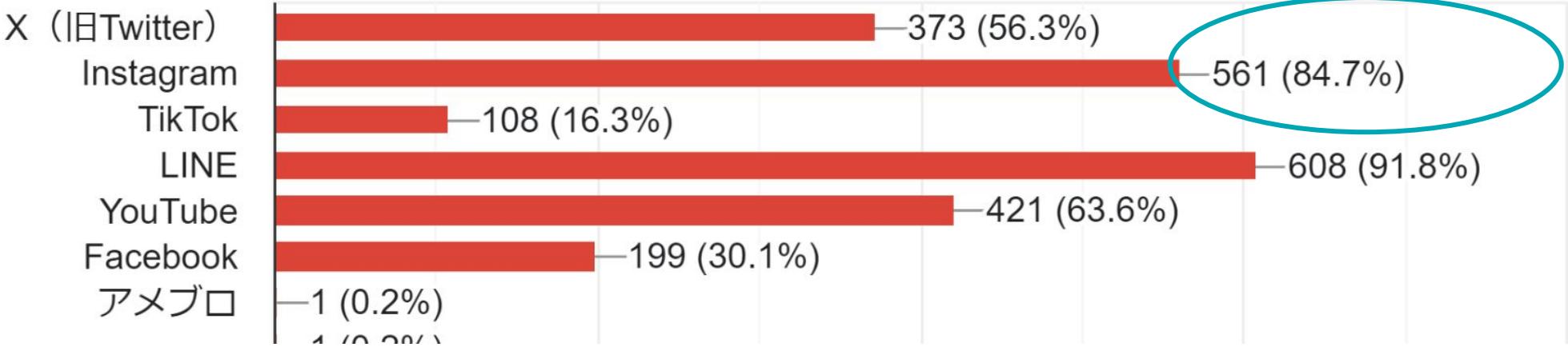
※Q1でSNSの利用時間が「すごく増えた」「増えた」と回答した人のみ対象(n=1291)

※当てはまるもの全てにチェックする形式で回答

普段の情報収集源は何が重要な役割を締めているか教えてください

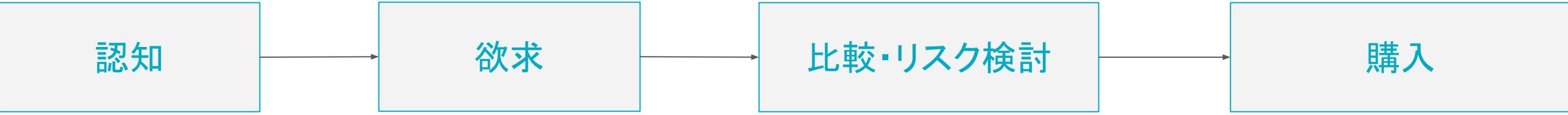


普段使用しているSNSがあれば教えてください



Instagramは今までのメディアの概念を変えた

通常の消費プロセス

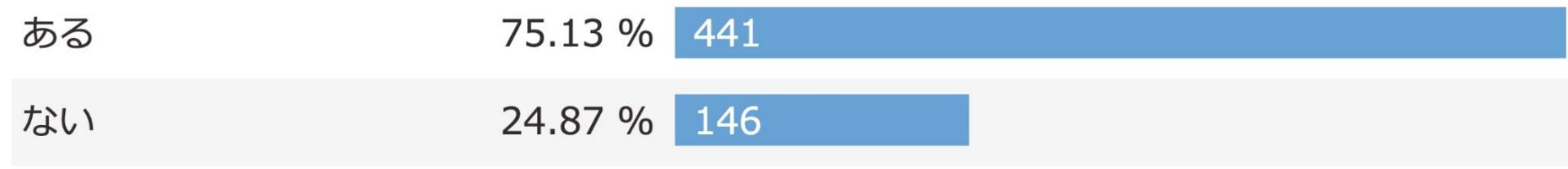


Instagramの消費プロセス

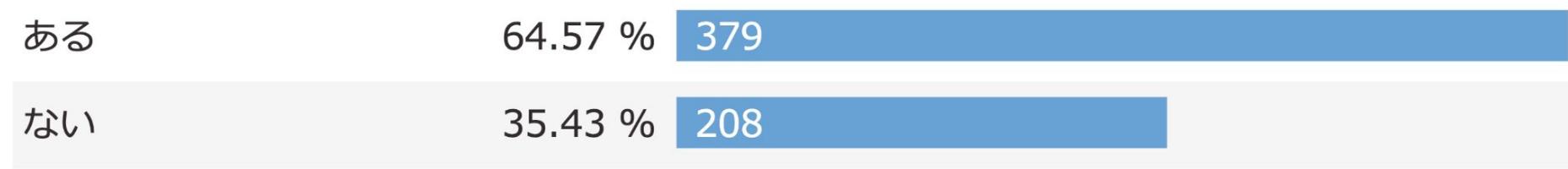


人々はInstagramの口コミをもとに商品を購入している

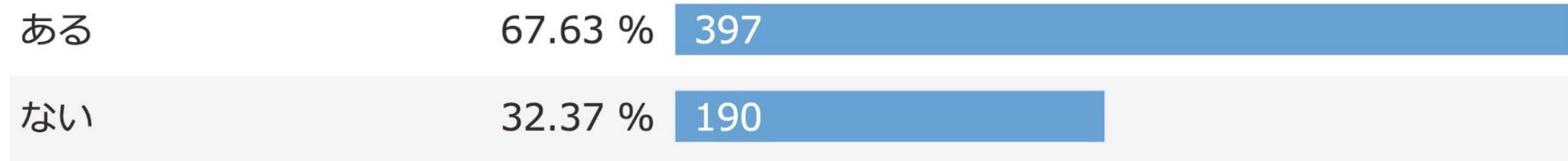
Q. Instagramをみていて、商品がほしくなったり、サービスを契約したくなったことはありますか？



Q. Instagramの情報を参考に、商品を購入したり、契約したことはありますか？



Q. 商品のクチコミをみるために、Instagramで検索したことはありますか？



**Instagramでの
情報が
購入や契約の
動機になっている**

調査機関: 株式会社エンファム.
調査対象期間: 2021年7月
調査対象者: リトル・ママ会員585人

Instagramのロコミは「欲求」を生み出す

生活シーンの中でどういう課題を解決しているかを 語ることで「ほしい」をつくる



リアルマーケティングの良さとは

リアルマーケティングとは、

対面で実施されるマーケティング活動

例)

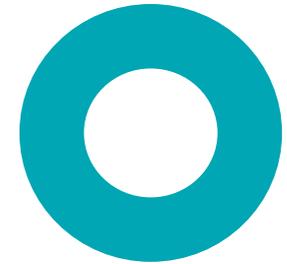
- ・実店舗での接客
- ・実演販売
- ・リアルイベント出展
- ・セミナー
- ・街頭アンケート



メリット

顧客の表情や反応、温度を知ることができる

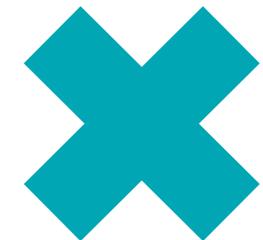
→ 一人ひとりと話せ、顧客の声を直接聞いて反応を確かめられる



デメリット

アプローチできる顧客数が少ない

→ コアファンだけが対象となる潜在顧客獲得は難しい



ファミリーイベントはいいところ取り？！

リアルイベントは何が良い？

認知度アップ

ファンの獲得

商品・サービスの販売

体験の提供

来場者のセグメント

リアルイベントの種類

	自社イベント	商業施設イベント	展示会	ファミリーイベント
顧客属性	既存顧客	新規顧客	新規顧客	新規顧客
来場者数	▲	○	○	◎
顧客との接触	◎	▲呼び込み要	◎	◎
コスト	高い	高い	安い	安い
戦略サポート	独自	独自	イベントによる	サポート体制あり

SNS×リアルマーケティングのメリットとは？

お互いの弱みをカバーできる

SNS×リアルの特長とは？

リアル

SNS

メリット

- ・深くユーザーと交流できる
- ・反応次第で手法を変えられる

- ・拡散力がある
- ・潜在顧客を集められる

デメリット

- ・顧客が少ない
- ・アプローチできる顧客数に限界がある

- ・深い認知は期待できない
- ・ユーザーの解像度が薄い

SNS×リアルの特長とは？

	リアル	SNS
メリット	<ul style="list-style-type: none">・深くユーザーと交流できる・反応次第で手法を変えられる	<ul style="list-style-type: none">・拡散力がある・潜在顧客を集められる
デメリット	<ul style="list-style-type: none">・顧客が少ない	<ul style="list-style-type: none">・深い認知は期待できない・ユーザーの解像度が薄い



SNS×リアルの特長とは？

	リアル	SNS
メリット	<ul style="list-style-type: none">・深くユーザーと交流できる・反応次第で手法を変えられる	<ul style="list-style-type: none">・拡散力がある・潜在顧客を集められる
デメリット	<ul style="list-style-type: none">・顧客が少ない	<ul style="list-style-type: none">・深い認知は期待できない・ユーザーの解像度が薄い



**SNSで集めた潜在顧客に
リアルでダイレクトに訴求できる**

**リアルで接触した顧客に
SNSで後追いができる**

リアル×SNSの実績紹介

子育て×楽をコンセプトにしたSNSマーケティングと1年間でフォロワーが4万人増加！ リアルイベントで、配達の加入契約も獲得！



SNSでの
ファンマーケ
ティング

リアルイベント

施策内容

SNS

- ・SNSで「子育て×楽(simple & fun)・時短・楽しい」を届ける情報を発信し、潜在顧客を集める
- ・フォロワーにリアルイベントに立ち寄ってもらう

リアルイベント

- ・アプローチできていないママと実際にお話し、Instagramをフォローしてもらう
- ・元々知っている温度の高い方はより深くアプローチする



アプローチできていないママ

SNS



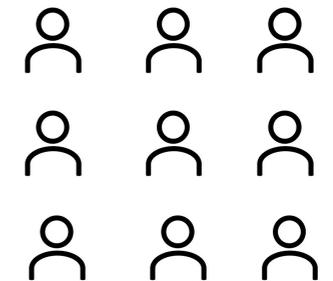
フォロー



イベントの告知



フォロワー



実際に話を聞いてみたい



リアルイベント

リアルイベントの内容

- ・プレゼントチケットを使って呼び込み！
- ・アンケート回収<顧客とコミュニケーション>
- ・新規加入のご案内

施策結果



リアルイベントの出展結果

- ・加入(契約)件数**67**件
- ・サンプリング数**1800**
- ・インスタグラム
フォロワー数**600**増

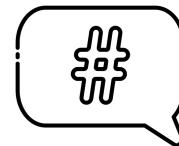


1年で4万フォロワー増



1,400 → 40,000

1年でハッシュタグ10倍



500 → 5,000

現在フォロワー4.3万



・SNSで拡散、リアルイベントで深い認知と信頼を生むことができる

コンセプト刷新 & 子育て世帯に訴求したSNS運用 & リアルも絡めたキャンペーン施策を実施



SNSでの
ファンマーケ
ティング

リアルイベント

施策内容



メールでSNSキャンペーンの告知やアプリでサービス紹介



アプローチできていないママ

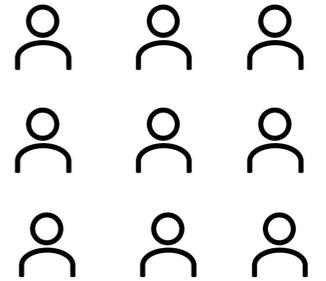
SNS



フォロー

イベントの告知

フォロワー



実際に現物を見てみたい

リアルイベントの内容

- ・ママ層へのモニターの募集
- ・レンタル品の展示
- ・フォロー促進



リアルイベント

結果：モニター（無料体験）獲得 37件
フォロワー獲得 500件

※1会場での実績

出展内容

かしてネットの認知拡大
実際にベビーカーやレンタル品を展示

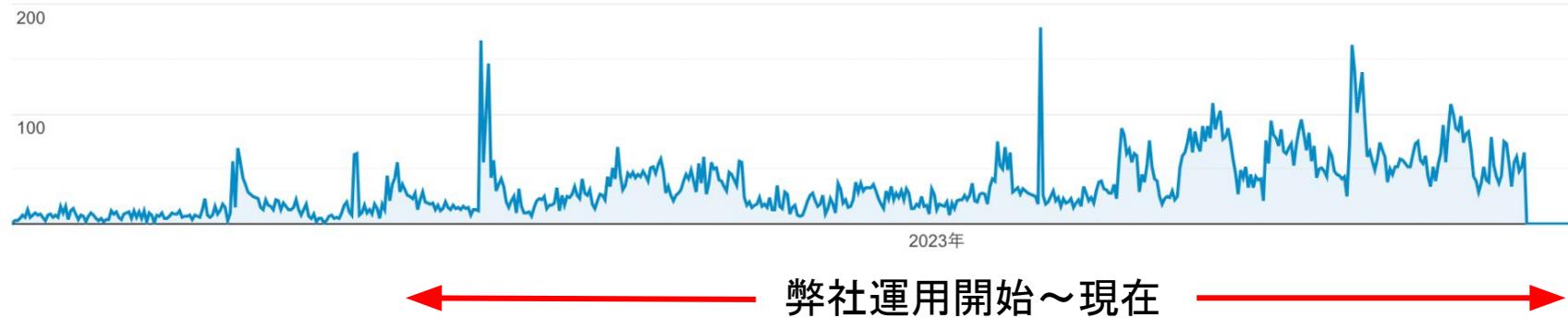
SNSフォローでノベルティプレゼント
→リアルで出会う前にメールやSNS、雑誌などで
認知してもらっているとリアルでより話を聞いてく
れる



実際にベビーカーやレンタル品を置くことでWEBの弱みをカバー

リアル×SNSプロモーションの結果

● ソーシャルメディアからの参照を経由したセッション

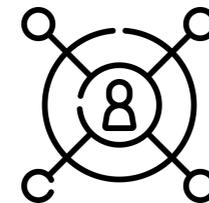


2年間でフォロワーを増加



972 → 26,334人

アカウントリーチ数200万



平均月間リーチ数

2,000,000/月

平均保存数



約100

運用開始した2022年3月から明らかにWEBサイト流入数が増加している

SNSだけ、リアルだけマーケティングを行うのではなく、同時に行うことで2倍以上の効果を得れる

リトル・ママメディアについて

リアルイベントから、雑誌、SNSまでのメディアを兼ね備えたサービスはリトル・ママだけ！

紙メディア リトル・ママ情報誌



30万部配布

- ・保育園、幼稚園で手渡し配布
- ・全国版23万部 九州版7万部

WEBメディア リトル・ママサイト、アプリ



20万人会員

- ・月間50万PV
- ・会員15万人へメルマガ配信(平均開封率30%)

イベント リトル・ママフェスタ



15万人来場

- ・親子フェスタ開催総数日本No.1
- ・リピート率80%以上

SNS Instagramを絡めたマーケティング

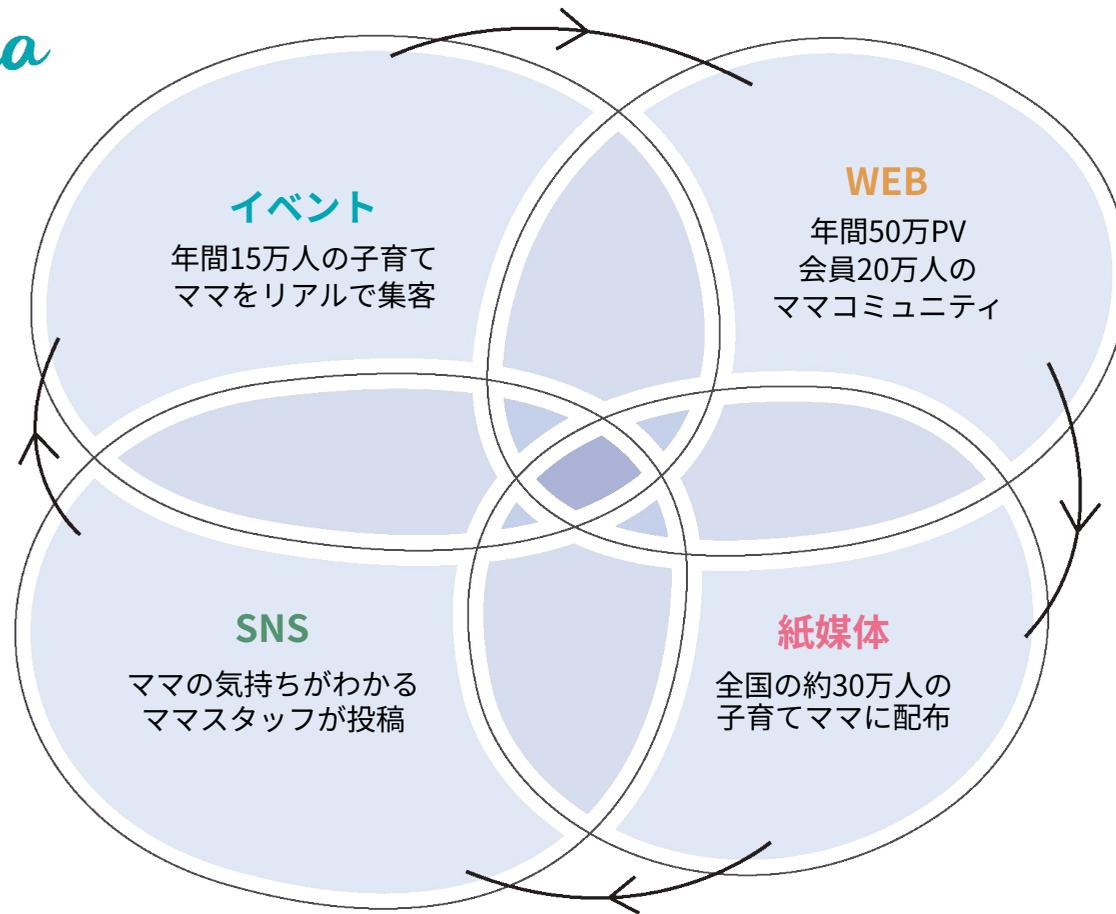


約20社運用代行中

- ・月間730万リーチ
- ・フィード投稿/ストーリーズ配信
- ・クライアント企業継続率85%以上

独自ブランドのメディア連携でファンがどんどん増える！

✿ Little mama



Enfam*

主な取引先

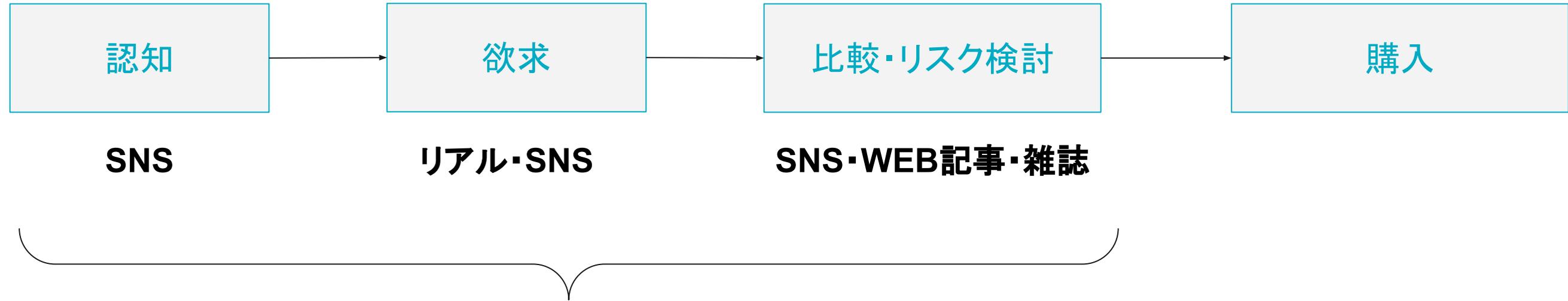


産地直前とすじ。だから、信じられる。
産直の東都生協



KISSME
Mommy!

消費者の行動範囲をカバーできる



エンファム.にお任せください

2023年度リトル・ママフェスタ開催スケジュール

開催日	エリア	開催会場	申込締切
9月28日(木)	札幌	札幌ビューホテル大通公園	7月28日
9月29日(金)・30日(土)	福岡	博多国際展示場	7月29日
10月11日(水)	新潟	朱鷺メッセ スノーホール	8月11日
10月25日(水)	大分	レゾナックドーム大分 東ホワイエ	8月25日
10月28日(土)・29日(日) BJBコレクション	東京	アイルしながわ	8月28日
11月2日(木)・3日(金祝)	名古屋	名古屋国際会議場 イベントホール	9月4日
11月29日(水)	広島	広島市中小企業会館	9月29日
12月13日(水)・14日(木)	東京	サンシャインシティ	10月13日
12月16日(土)	熊本	熊本城ホール	10月16日
2月	台湾	台北	
3月2日(土)	愛媛	アイテムえひめ 愛媛国際貿易センター	1月2日
3月8日(金)・9日(土)	東京	五反田TOCビル E-H	1月8日
3月10日(日)	静岡	グランシップ静岡	1月10日
3月26日(火)・27日(水)	福岡	福岡国際センター	1月26日
3月29日(金)・30日(土)	大阪	OMM	1月29日

来年2024年は日本全国で「46回」開催予定！

新たに「千葉、静岡、京都、石川、愛媛、鹿児島、沖縄など」開催地域も拡大予定！

Q&A
