

より手軽に利用できる仕組みを導入

集客・売上を促進する「プチギフト」

ネット上でクーポンを配布し、コンビニエンスストアなどの店頭で商品や割引券などに引き換えることができるシステム「プチギフト(PetitGift)」。小規模から大規模まで、多くの企業のプロモーションで採用されている同サービスについて、それぞれの担当者に話を聞いた。

クーポン運用の手間暇を負担長期にわたる取引も多数

いまや有効な販促手法の一つとして、活用が広がっているデジタルクーポン。しかし、企業が一からクーポンの仕組みを導入しようとすると、ハードルが高いのが実情だ。小売業ならではの複雑なシステムやルールが存在すること、商品選定や申請などの煩雑な作業に多くの時間を要すること、さらにクーポン管理システムの構築には高いセキュリティが求められるため莫大な費用がかかる。これらの課題をワンストップで解決するサービスとして、MDパートナーズが提供する「プチギフト」は、2009年のローンチ以降、多くの企業で採用されてきた。同サービスは、コンビニエンスストアの商品を中心とした少額商品のクーポン

を活用する、デジタルとリアル店舗をつなぐマルチプラットフォームサービス。セブン-イレブンやファミリーマート、ミニストップなどの店舗側は、集客・売上拡大につながる施策として利用し、同時に会員サービスを活用する企業側は、新規会員の獲得や既存会員の満足度向上などで成果をあげている。デジタルクーポンは多くの場合、手間がかかり人手も必要な上、大量の在庫を抱えなければならない。同サービスは低予算で実施でき、在庫のリスクを回避できることから支持を集めている。そもそも、数多あるクーポンを分け隔てなく、スムーズに会員に配布するのは容易ではない。プチギフトでは、クーポンの調達、発行から店舗引き換えまでの一連のフローを一元管理できるほか、お客さまの問い合わせにも対応し、事務局機能も有する。また事後レポートから分

プチギフト

コンビニ商品をカンタン配布！



MDパートナーズ サービス開発本部長 河野結城氏

2000年にジェーシービーに入社し、アクワイアリング業務や販売促進業務を担当。その後、コンサルファームや大手モバイルコンテンツプロバイダーを経て2009年より現職。

析のアドバイスも行っている。

MDパートナーズ サービス開発本部長・河野結城氏は「導入までの過程が手軽であり、人件費もかからず、短い期間で納品できて、スタートできることが、プチギフトの最大のメリット。さらに、業種が違うからこそ生じるステークホルダー同士の細かい調整も、当社ですべて引き受けています」と話す。

こうした細やかなサポートを評価して、長期的な関係性を築いている企業も少なくないという。

より手軽に利用できるよう、Webサイトもリニューアル

実際に、某大手検索サイトの有料会員向けサービスに導入した際、企業の負担は、トップページにバナーエリアを設け、MDパートナーズが納品したバナーを設置し、提供されたURLに飛ばす作業だ

けだった。リンク先のページでは会員の認証機能と連動させ、会員管理も含めて、その後の運営面はすべてMDパートナーズが請け負う仕組みだ。

サービスのKPIをどのように測るのかが難しいが、「あるキャンペーンを行った際に、KPIとして定めていた退会抑止効果については導入時とそうではない時では、良い時だと5倍くらいの違いが出ています」(河野氏)という実績もある。

さらに、クーポンの利用履歴をデータ化し、同時に実際にどのくらいの人が店頭に来店したかを分析するサービスも提供しており、効果を可視化するオペレーション体制を築いている。

いまや提携店舗は5万5000を超えた。これまで大規模キャンペーンでの採用が多かったが、今後は、より広く中小規模のプロモーションにも活用してもらいたいと考え、新たなサイトもオープン。新サイトの特徴は「自動お見積もりツール」「商品一覧ページ」「販促企画の成功事例の掲載」の3つだ。

河野氏は「これまでは営業担当者が要件をヒアリングし、その都度見積もりを出していましたが、お客さま自身で見積もりをとることができます。またプチギフトで取り扱いのある商品の最新情報を把握でき、さらに過去に利用いただいた事例を成功面・失敗面からまとめているので、より具体的な利用イメージができるようになりました」と説明する。

コンビニの商品をより手軽にクーポンとして配布できるサービスとして、今後は、より小規模な案件獲得にも力を入れていく予定だ。



5月にオープンした新サイト。

コンビニエンスストア大手5社に「プチギフト」が選ばれる理由とは

プチギフトでは、セブン-イレブンやファミリーマートなど大手5社のコンビニエンスストアのクーポン、またモスバーガーやケンタッキーフライドチキンといったファストフードのクーポンなどの配布が可能だ。創業間もなかった2009年から取引を続ける各社に、プチギフトに対する評価を聞いた。

SBギフト 藤本耕平氏

2009年に某モバイルコンテンツプロバイダーの入会キャンペーンをご一緒してからのお付き合いです。今では、共同運用している案件において、当社はコード発行に専念し、プチギフトサービスにユーザーへの配布や諸事務、事務局運営など、手間がかかる業務全般を担ってもら

っています。2009年当初はまだまだデジタルクーポン市場は黎明期でしたが、どこよりも早く具体的な案件を実施できたことが決め手になりました。それから約7年、多くの案件を実施した経験により作り上げたシステムと、オペレーションのフローは非常に信頼できるものです。

ファミマ・ドット・コム 川口真吾氏

当社は、ファミリーマートのネットビジネス事業を担う会社です。その中の一つのサービスとして、ファミリーマート店頭で利用できる、クーポン発券システム「Famiポートクーポン」の運営を行っています。マルチメディア端末「Famiポート」の新たな可能性を考え、クーポン事業に注力を決めた2010年にプチギフトを導入。Famiポートでのクーポン発行のシステムは持っていましたが、エンドユーザーに届ける媒体

が課題でした。プチギフトの魅力は、発行したクーポンをエンドユーザーまで安全性の高いシステムを通して配信できること。また企画段階からの協力体制や諸事務に対する対応の良さです。何か問題が発生した際も、豊富なノウハウを持っていることから、安心してお任せできます。今後も、お互いの強みをより活かしながら、クーポン市場の拡大に取り組んでいきたいです。

ミニストップ 小川淳氏

以前から「MINISTOP Loppi」を通じてクーポンの配布を行っており、O2Oのプロモーションとして高い効果があると感じていました。そこで、配布ルートの拡大を検討した結果、実績のあるプチギフトを2013年に採用しました。プチギフトは低

コストでありながら、システム運用やカスタマー対応などがしっかりしているため、安心して利用しています。今後はプチギフトを採用する媒体への商品提供はもちろん、メーカーのサンプリング企画など、積極的な推進を考えています。