



初めての販促キャンペーン
必須知識と実施手順を総まとめ

株式会社DIGITALIO

販促（販売促進）とは

販促とは、消費者に商品・サービスを購入してもらうためにおこなう活動です。

販促により商品の魅力や買うメリットなどを伝え、
「商品を買いたい、欲しい」と消費者の購買意欲を高めます。

オンライン・オフラインを使ったさまざまな販促手法があり、
広告やノベルティ、SNSキャンペーンなどがよく実施されています。



販促の3つの目的

販促の目的と施策内容にズレが生じては、効果的な販促とは言えません。

例えば認知度の向上が目的であれば、広告や体験イベントなど幅広い人に情報を届ける施策が重要です。メルマガやフォロワー向けキャンペーンなどの施策だと、既に認知されている人にしか情報を届けられません。

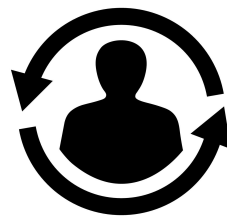
販促の目的は、主に以下の3つに分けられます。自社の販促がどれに該当するのか、確認しておきましょう。



認知度の向上



新規顧客の獲得



既存顧客の維持

販促の効果的な施策 | オンライン編

オンラインで実施できる販促施策として王道かつ、効果の期待できるものをリストアップしました。
自社の目的に合った施策を検討してみてください。



Web広告

- ・ 認知度の向上
- ・ 新規顧客の獲得



メルマガ

- ・ 新規顧客の獲得
- ・ 既存顧客の維持



SNS運用
SNSキャンペーン

- ・ 認知度の向上
- ・ 新規顧客の獲得



ポイント

- ・ 既存顧客の維持

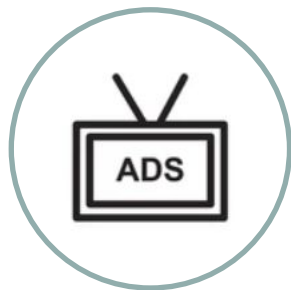


割引券・クーポン

- ・ 新規顧客の獲得
- ・ 既存顧客の維持

販促の効果的な施策 | オフライン編

オフラインで実施できる効果的な販促施策としては、以下の5つが挙げられます。



マス広告

- ・ 認知度の向上
- ・ 新規顧客の獲得



交通広告
デジタルサイネージ

- ・ 認知度の向上
- ・ 新規顧客の獲得



商品サンプル

- ・ 認知度の向上
- ・ 新規顧客の獲得



体験イベント
実演販売

- ・ 認知度の向上
- ・ 新規顧客の獲得



会員限定イベント

- ・ 既存顧客の維持

販促キャンペーンの企画手順6ステップ

販促キャンペーンの準備から実施までは、大きく以下6ステップの流れで実施します。

目的・目標の設定

目的が不明瞭だと企画の方向性も定まりません。また、目標となる数値を
しっかり決めておくことで、キャンペーン終了後に結果を分析しやすくなります。

理由の設定

なぜキャンペーンを実施するのか理由を決めましょう。理由があるとキャンペーンに必然性をもたせることができ、「ただ商品売りたいたいだけか」と怪しむユーザーも少なくなります。

周知方法の検討

キャンペーンを周知する方法や媒体を決めます。
おすすめなのは、キャンペーンのターゲット層がよく情報収集をする媒体で周知することです。

販促品の選定

キャンペーンに当選した人への景品や、条件を満たした応募者に渡す販促品などを選定します。
魅力的な景品や販促品があると、キャンペーンの参加率が上がることが期待できます。

参加方法の検討

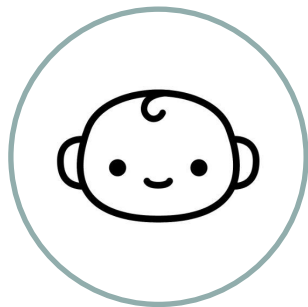
参加方法が複雑だと面倒に感じるユーザーもいるため、なるべく簡単な条件にしましょう。
「SNSフォローで応募完了」など、成果へとつながる形で参加条件を整えるのが望ましいです。

キャンペーン実施

準備が整ったら、キャンペーンを実施します。
最後は、次回の施策へ活かすためにも、どのような結果が得られたのか振り返りましょう。

企業の販促アイデア3選

販促を成功させるために、企業が実際におこなった販促事例も知っておくと参考になります。
ここでは3パターンの販促アイデアをご紹介します。



人気アニメとの
コラボ商品

人気アニメと企業の商品・サービスが
コラボすることで、これまでの既存顧
客とは違う新規層の開拓ができます。



SNSフォロワー限定の
セール・クーポン

フォロワー限定のイベントにすること
でユーザーは積極的にフォローした
り、普段から投稿をチェックしたりし
ます。



オリジナルグッズが
もらえるキャンペーン

オリジナルグッズは希少性を感じても
らいやすく、ユーザーの収集欲を高め
ることに繋がります。

もらって嬉しい販促品とは？

販促キャンペーンでは景品として販促品を渡すことで、参加率やキャンペーンの認知度の向上につながります。ユーザーがもらって嬉しい販促品としては、以下の7つが挙げられます。

その1



ギフト・クーポン券

その2



日用消耗品

その3



文房具

その4



台所グッズ

その5



生活雑貨

その6



リラックスアイテム

その7



エコグッズ

販促ににおすすめの デジタルギフト「デジコ」

デジコとは

申し込みから最短2日で納品。

受け取った方がいつものポイント・ギフト券にかんたんに交換できるデジタルギフトです。

サービスサイト : <https://digi-co.net/>



利用の流れ



導入企業

webサービス、ゲーム、教育、クレジットカード、保険、人材、不動産、金融、就職セミナーなど様々な業界で利用されております。

新規獲得から顧客ロイヤリティの向上、社内コミュニケーションまで、デジタルギフトでお客様のマーケティング・プロモーションのお手伝いを行っております。



Alcon

RENOSY

LIXIL



JUST.
SYSTEMS

neocareer



KAIKETSU

edoken



GRAND DESIGN



導入企業

約 **1,000** 社

※2023年6月時点

導入事例紹介

<https://digi-co.net/case/>



デジコ導入事例

企業	株式会社KADOKAWA（ComicWalker）様
目的	デジコをインセンティブとしたユーザーのキャンペーン参加促進
用途	お気に入り登録で続きを読もうキャンペーン

課題

- ギフトの金額を自由に設定したい
- 支払いを後払いで対応したい

結果

- 1円～購入でき、柔軟なギフト対応が可能
- 初期/月額費用なし＆後払いで、在庫を抱えるリスク回避
- キャンペーン前の同期間（29日間）比で登録率18.9%UP

Comic Walker 7周年記念 キャンペーン



特賞 デジコ10万円分を10名
サクラタウン賞 EJアニメホテルペア宿泊券
10名
7周年賞 デジコ1,000円を100名

デジコ導入事例

企業	株式会社KRINZ 様
目的	所属ライバーの配信時間増加、配信者数増加
用途	配信時間に応じたインセンティブ・イベント景品

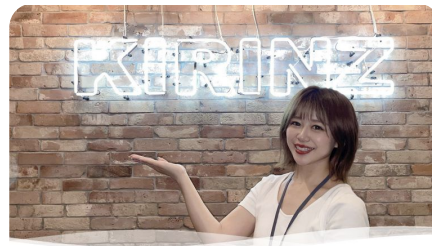
課題

- 所属ライバーにより欲しいと思うものがさまざま
- さまざまな種類のギフト購入・送付を行う業務負担が大きかった

結果

- メール一括送付機能でギフト配送作業を大幅軽減
- 所属ライバーそれぞれに合ったギフト購入をかんたんに
- **配信時間・配信者数ともに40%増！**

導入事例: <https://digi-co.net/case/kirinz>



メール一括送付機能で煩雑なギフト送付作業を改善！ライバーにも喜ばれるデジタルギフト

応援キャンペーン

- 1. ライブ配信初月**
LEDセルフライトをプレゼント
※月20時間以上配信された方

- 2. ライブ配信3か月後**
10,000円相当のデジタル商品券をプレゼント
※合計60時間以上配信された方

- 3. 毎月達成プレゼント**
配信時間、獲得ptに応じてデジタル商品券、商品をプレゼント


※KRINZ登録、利用規約同意、プロフィール連携登録者が対象

デジコ導入事例

企業	株式会社中央ツーリスト 様
目的	旅行プランの購買促進
用途	旅行プランの購入者へのインセンティブキャンペーン

課題

- 従来のキャッシュバックでは個人情報保管がリスク
- 従来のポイント付与は提携先条件により柔軟性が低い
- 新型コロナウイルス感染症に対応し、Web販促に注力したい

結果

- メール送付で、取得する個人情報を最小限に抑え、管理の手間を削減
- 柔軟なインセンティブ設計が可能に

導入事例 : <https://digi-co.net/case/chuoutorist>



沖縄の旅行代理店、デジコ導入で旅行プラン別のキャンペーン施策が可能に！

対象期間：2021年7月1日～7月31日

対象は、2022年3月31日搭乗分までとなっております!!

DIGITAL GIFT PRESENT

デジコ

先着で54名様に **¥500** 相当をプレゼント!!
※1回のお会計で1回ご利用いただけます。

中央ツーリスト

5454メンバーズ

今すぐご登録を!!

デジコ導入事例

企業	株式会社エドケンハウス 様
目的	来場・来店促進
用途	モデルハウス・物件見学者へのインセンティブ

課題

- 従来はギフト券の現場手渡しにより、渡し漏れが発生
- 現場でギフト券が足りなくなるなどの運用エラーも
- 店舗でギフト券を購入していたため、経理処理が煩雑

結果

- Web送付で、渡し漏れや在庫不足などのエラーを改善
- 請求書払い（後払い）で、経理処理の課題も解消
- デジコ導入後、見学者1.5倍増

導入事例紹介 : <https://digi-co.net/case/edokenhouse>

Web 見学予約キャンペーン!

各種ポイント・電子マネーに交換できるデジタルギフト

ホームページから、現地見学・ご来社・オンライン打合せ予約されたお客様に

デジコ 2,000円分 プレゼント!

amazon ギフト券 ← デジコ → App Store & iTunes

Pexポイントに交換 PeX POINT EXCHANGE T-POINT、Pontaポイント、nanacoポイント、WAONポイント、楽天ポイント、YAMADAポイント、dポイント ...etc

デジコポイントならあなたにピッタリなポイントをGETできます!

デジコ導入事例

企業	株式会社EXIDEA 様
目的	CVR改善（購買の促進）
用途	デジタルギフト券によるキャッシュバックキャンペーン

課題

- 以前よりCVR改善のためにデジタルギフト券を利用
- 特定のギフト券だとニーズを取りこぼしている懸念
- 前払いで最低購入量が決まっており、在庫滞留が課題

結果

- CVRが改善し、ユーザーの取りこぼしを改善
- 1円から即時発行&後払いのため、在庫滞留の懸念解消
- **デジコ導入後、CVR10%改善！**

導入事例紹介：<https://digi-co.net/case/exidea>



キャンペーンCV率10%改善！滞在在庫を抱えず、ギフトニーズを取りこぼさない施策とは

The screenshot shows the homepage of WiMAX比較.com. The main banner features a large '11,000円分' (11,000 yen) cashback offer for Broad WiMAX. Below the banner, there are several callouts and a list of features on the right side, including 'WiMAX+の最新情報' and 'サイト独自のアンケートの集計結果'.

デジコ導入事例

企業	グランドデザイン株式会社 様 楽しくお得な買い物体験を生み出すプラットフォーム「Gotcha!mall（ガッチャ!モール）」の運営
目的	サービスの利用人数・利用率の増加
用途	サービス内のカプセルトイの景品にデジコを導入

課題

- サイト内のお店毎にそれぞれ固有のポイントがある
- 利用するお店は人それぞれのため、誰でも魅力を感じる「現金に近いと感じる汎用的なインセンティブ」を模索

結果

- 従来実施していた固有のポイント付与よりも、**キャンペーン参加人数・利用率が増加**

導入事例紹介：<https://digi-co.net/case/granddesign>



単独サービスのポイントから交換型のデジタルギフトへ。発行フローも簡単で、ユーザーの反応率もUP



デジコ導入事例

企業	株式会社GA technologies 様
目的	「RENOSY」の不動産投資の新規顧客獲得
用途	メルマガやLINE経由での資料請求インセンティブ

課題

- 様々なキャンペーンで同じギフトを使っており、お客様に飽きられているのでは・違いがわかりにくいのでは、という懸念があった
- 実際の商品も試したが、発送作業が負担になっていた

結果

- CVR3倍・新規率15ポイント改善した結果も
- 選べるギフトで、お客様により響くインセンティブに
- 審査も発券もスピーディーで、運用負担が軽減



デジコの機能・活用法・事例・オプションの詳細について
お気軽にお問い合わせください

お問い合わせ

[問い合わせフォーム](#)
お気軽にお問い合わせください。

WEB打ち合わせを予約

[こちらのリンク](#)から
ご都合の良い日時を
お選びください。