



BUPPAN Webinar

2020/03

2020上半期

商品の立ち上げキャンペーン

事例シェア Part 1

参考情報

- 参考1： マスタープログラム5ヶ月目
or（まだ届いてない人は商品の立ち上げレシピ
<https://buppan.media/webinar/7099>)
- 参考2： 検索順位の追跡
<https://buppan.media/webinar/9144>

結論から最初にいうと

- 立ち上げのレシピは変わらず使える
- カスタマー行動評価のKWベースでの重みが高くなった
 - 2 Step URL / S - F - B での誘導
- 検索結果のパーソナライズ（ひとつの環境でチェックしても、もう分からない ← セッション数ベースでみとく）
- 施策実施から、検索順位に反応してくるまで、24 ~ 48時間のラグ

立ち上げキャンペーンの企画 ～ 足あとを、そんまんま紹介

- (背景)

- 年に2回くらいやってる

- 毎回改善したい点がある

- テンプレ化はしてない (毎回、ver up して作り直す。)

立ち上げキャンペーンの企画 ～ 足あとを、そんなまま紹介

- (思い出しながら、、、)

(情報共有トピ) SNS はじめてみた

これ https://twitter.com/JPRiDE_official

- 何の為に？ いろいろなコトを検証してくて
 - SNS の拡散だけで、新商品ローンチとかできるか？
 - SNSは（アマゾンとか楽天みたいに、攻略されてしまった）プラットフォームの商品レビューの代替として機能するのか？

(情報共有トピ) SNS はじめてみた

- 一番カンタン、と思われるのは 「フォロー & RT で プレゼント企画」 の地道な継続 (と思われる)
 - BUT ,,,

(今後の取組)

- ある程度のフォロワー増やす → (からの) SNSのローンチ

第二弾 進行中

まもなく予告メールの発射

- オフィシャルサイトをリニューアル
 - 新商品キャンペーンとからめてつつ、ユーザーにこれをもれなく見せ、さらに、SNSでの拡散も狙い、
 - 新商品の立ち上げ、だけでなく、ブランドコンセプトの浸透、拡散と、既存顧客のさらなるファン化をねらう
- ローンチ

事例シェア@ウェビナー第二弾

近日予定。。。。

- オフィシャルサイトの設計の裏にある考え方
- サイト設計 デザイナーの視点
- SNSと オフィシャルサイトを 活用したブランドコンセプトの拡散
- その他