

クラブネットが新提案 ネット活用術①

リモートガス展

IT販促総合商社のクラブネット(本社・東京、富安仁社長)は、LINEアプリやガスの既設ウェブサイトを活用した「リモートガス展」を新たに提案し、LPガス業界を支援する。コロナ禍により全国各地のガス展や感謝祭の実施が危ぶまれる今秋、LPガス事業者にとって実会場を使うガス展は大規模なものになればなるほど感染予防策を万全にすることが難しく、顧客に来場を避けられる場面も予想される。リスク回避と、顧客接点の向上を両立したいガス会社から「ウェブでのリモートガス展への相談が増えている」。

IT販促総合商社のクラブネットが課題解決策を提供する。国内利用者数8400万人を誇るLINEは、年齢層別では26%の50代の利用者が最も多く、40代の利用はそれに次ぐ22.8%。購入者が期待できる年齢層と重なる部分も多い。クラブネットの中前達也執行役員代理店事業本部長は「スマートフォンを使った販促が今後のカギになる」と話し、開封率3%のメールマガジンに比べ平均開封率54%のLINEの活用を勧める。同社はLINE公式アカウ

コロナ禍でも接点強化

買が期待できる年齢層と重なる部分も多い。クラブネットの中前達也執行役員代理店事業本部長は「スマートフォンを使った販促が今後のカギになる」と話し、開封率3%のメールマガジンに比べ平均開封率54%のLINEの活用を勧める。同社はLINE公式アカウ

「リモートガス展は公式アカウント導入企業」のLINEや自社のサイトにコンテンツを追加して「機器案内」「大抽選会」が可能。「感謝メッセージ」「セット販売」「個別相談」「アンケート」がある強みも持つ。リモートガス展は公式アカウント導入企業とのLINEや自社のサイトにコンテンツを追加して「機器案内」「大抽選会」が可能。「感謝メッセージ」「セット販売」「個別相談」「アンケート」がある強みも持つ。リモートガス展は公式アカウント導入企業とのLINEや自社のサイトにコンテンツを追加して「機器案内」「大抽選会」が可能。「感謝メッセージ」「セット販売」「個別相談」「アンケート」がある強みも持つ。

リモートガス展のエントランスイメージ



「コロナ禍を機にウェブ販促が今後、一般的になる可能性を指摘する中前氏。期待値が高い50代を会員化し、ネットでのPRするのが狙いで、ガス展会場費、チラシの作成や郵送経費をウェブに充てる企業もある。都市ガスを含め全国のガス業界でのLINE公式アカウント数はまだ90ほどで「チャンスは大いにあります」。

「低価格で効果的な販促ツールがLINE。ある企業からは、LINE上でクーポンを発行しリフォームや衣類乾燥機を販促して実績が伸び、今はLINEが伸び、今はLINEがないと販促できないとおほめいただいた」。Q&A「宅配水・米・灯油注文」も行える。配信動画を見た会員のみにポイントを付与する仕組みも備え、ガス業界のIT販促ニーズに応える。