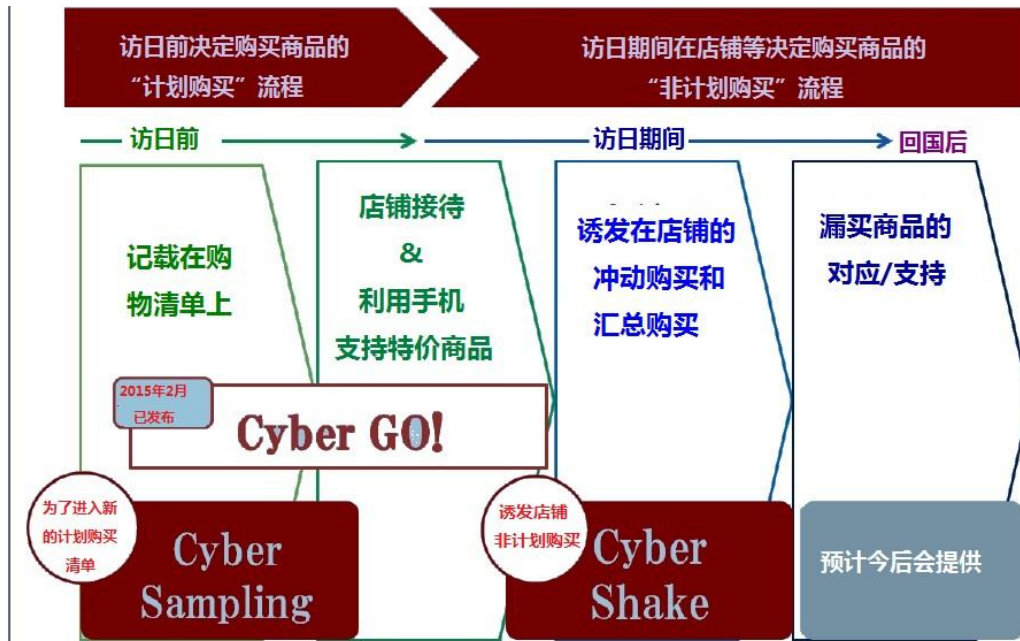


## 促进中国游客访日前/期间的商品认知和购买欲望 开始提供集客营销的新服务

以抽样的形式向即将访日的游客家中直接投递信息和商品。向访日期间,对在店内的游客常用的 SNS/通讯 APP “WeChat (※1)”, 提供商品信息/优惠券等信息发送服务。

株式会社博报堂(东京都港区、董事会总经理:户田裕一)同 Cybermart Group (※2)(中国上海、董事长: Steve Chang) 于 2015 年 2 月,在向访日中国游客开始提供引导顾客去店铺的 O2O 解决方案 “CyberGO” (※3) 之外,开始提供促进游客访日前/期间的商品认知和购买欲望的新服务。

根据博报堂对访日中国游客的调查结果,访日前决定购买商品的“计划购买层”占7成以上,访日期间决定购买商品的“非计划购买层”占不到3成。为了实施精确的集客营销,需要结合游客考虑购买商品的购物过程,进行最恰当的信息设计。博报堂、Cybermart Group 在已有的 “CyberGO” 的基础上,提供 “Cyber Sampling” 服务,该服务通过搭建同中国国内的商品/信息的接点来促进游客计划购物。同时提供 “Cyber Shake” 服务,该服务促进游客在日本国内流通和零售店的非计划购物。而且今后将进一步加强和扩充对游客购物后漏买的支持、集客营销相关服务等。



## ①面向计划购买层

### 针对“即将访日”游客家中的直接抽样

#### “Cyber Sampling”

对 CyberGo 服务使用者，在其访日前免费借予 Wi-Fi 路由器。“Cyber Sampling”是指在发送 Wi-Fi 路由器到家中时，将化妆品和日用品、食品等商品样品和宣传册一同寄送（部分地区除外）的服务。该服务只面向确定即将访日的游客群体、通过使其在自己家中充分了解商品、体验使用、形成好感，来促进事先计划购买（进入游客购买/考虑商品清单）。

\*样品不同会导致在现地机构等进行的检查后，会出现无法实施的情况，另外根据中国的规定，食品须取得产地证明。



和样品一同发出的 Wi-Fi 路由器照片

根据一同发出的样品尺寸，纸箱大小会有不同。

## ②面向非计划购买层

### 店内 Beacon×“WeChat”的商品信息/优惠券等信息发送服务

#### “Cyber Shake”

在各零售和流通店内设置 Beacon，在其范围内只要摇一摇智能手机（※5），则能够通过 SNS/通讯应用“WeChat”（该应用在中国被广泛使用，即使访日购物时也能使用），收到推荐商品、优惠券等信息，并且能够参加店内抽奖。这种服务是店内型的信息发送/促销服务。对于大多数事先决定了购买商品的游客而言，通过向其提供店内获取的新商品信息和优惠券等，可诱发其非计划购买（冲动消费）。另外因为该服务是在“WeChat”上进行的，所以接受信息的不限于本人，也有可能转发给其他朋友。



\*智能手机必须开启蓝牙功能。

（※1）中国的 SNS 和通讯应用微信的英文名。

（※2）Cybermart Group 是世界最大电子产品承包生产商（EMS）“富士康科技集团”（鸿海科技集团 Technology Group）的集团企业。

（※3）2015 年 2 月 17 日新闻发布

始提供面向访日中国游客的 O2O 解决方案“CyberGO” <http://www.hakuhodo.co.jp/archives/newsrelease/20313>

（※4）2015 年 7 月 10 日新闻发布

博报堂“集客营销试验室”发表春节期间访日中国游客消费行动调查结果。<http://www.hakuhodo.co.jp/archives/newsrelease/22181>

（※5）摇一摇是仅摇晃手机就可获得各种信息的“WeChat”功能。在中国国内被广泛使用。以流通和零售企业为中心使用摇一摇功能进行促销活动，能聚集很多参加者。