

《デジタル マーケティング マネジメント デイ 2017 Winter》

マーケティング心理からわかるネット戦略の効果と罠

2017年12月13日

■講師／匠 英 一

□所属／デジタルハリウッド大学：デジタルコミュニケーション学部
日本ビジネス心理学会

※ご注意：当資料は事前配布のため一部カットしたものを配布し視聴いただく形にしています。
講演者用プレゼン資料は別途の形で講演翌日に次のサイトトップページNewsの
欄のところからPDFでダウンロード（※12月25日までの限定）できるように致します。

▼資料先⇒日本ビジネス心理学会 <http://www.bpa-j.org/>

講演者の紹介1



匠 英一 (タクミ エイチ)

所属 デジタルハリウッド大学 : 教授

日本ビジネス心理学会 : 副会長

専門は認知行動科学(心理)を軸にしたマーケティング企画、CRM(顧客管理法)、人材開発など。

顧客志向の心理商品企画やネット教育をテーマとして、企画部門と認知科学・脳科学分野を橋渡し、新たな企画・開発手法を展開。現在、メーカーやサービス系企業のコンサルティングを行い、TVレギュラー出演も多数あり。

CRM協議会(初代事務局長)やeマーケティング協会(専務理事)など、IT系と心理系の業界団体など15件創設。

主な著作には、「顧客見える化」(同友館)、「心理マーケティング」(JMAM)、「CRM入門」(監訳:東洋経済)、「カスタマー・マーケティングメソッド」(訳:東洋経済)、「ビジネス心理」全3巻(中央経済社)、など50冊ほど在り。



講演者の紹介2

就活支援サービス「リアジョブ」「ジョブコミット」を展開している株式会社リアステージは、心理学者としての匠 英一監修のもと就活生のためのアプリ『適職診断ナビ』をリリース。

あなたの職業タイプは…

商社 系

視野が広く様々な事に興味を持っているあなたは商社マンがオススメ！
国内に留まらず国外を飛び回るにはあなたのような好奇心とタフな心身を持ってこそ世界中で活躍できるはず
です！
今すぐセミナーに参加しよう！

あなたに必要なイベントはコチラ

スタートダッシュ
17卒 対象
就活セミナー

<http://job-commit.com/shindan/trading.html>

本日の講習で納得いただくことは・・・

●【マーケティングに認知科学(心理)を応用する理由は何か】

「Cognitive Science」とは？
認識・思考・感情などの心や脳の働きを総合的に科学する

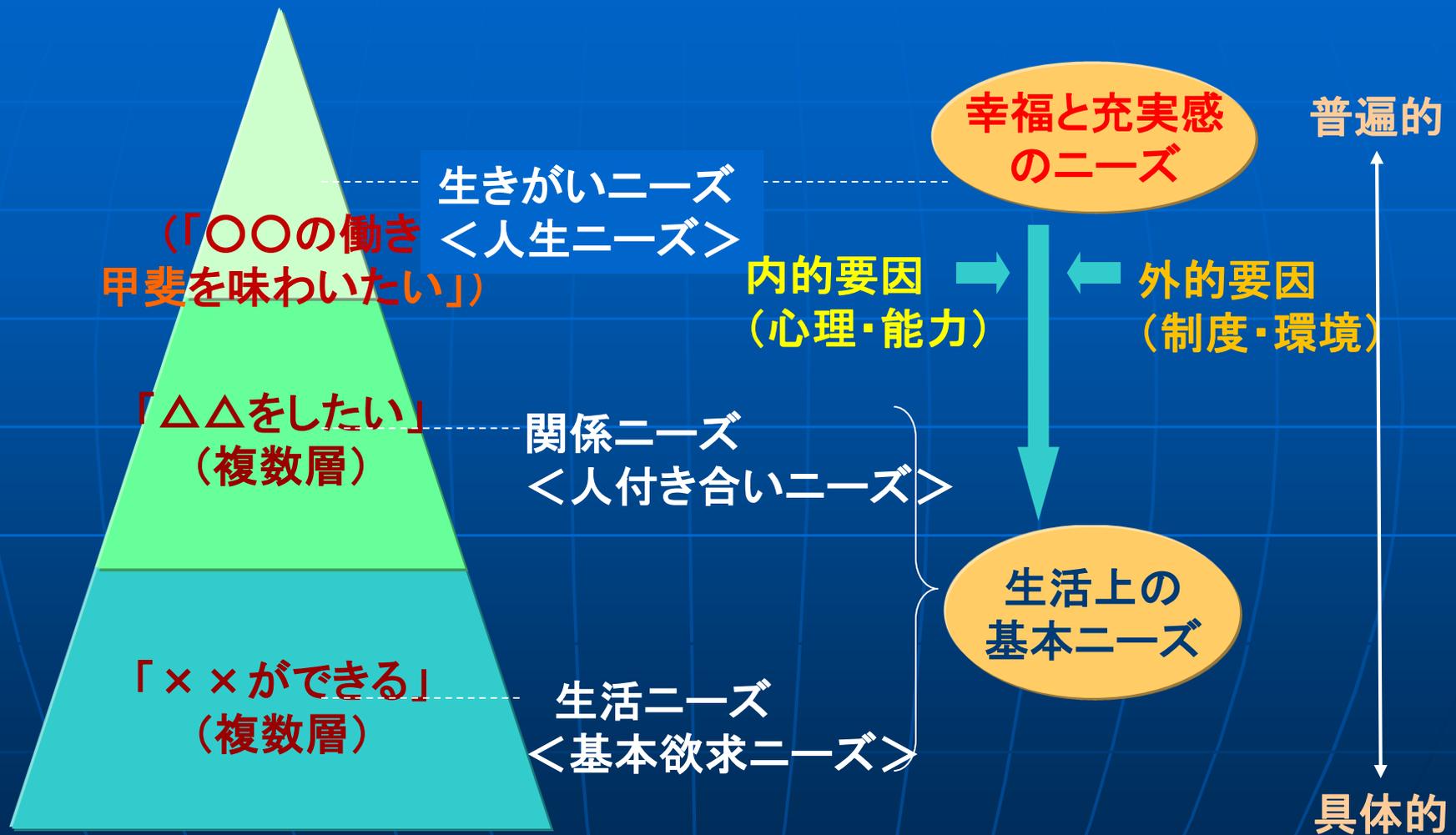
●【Gamificationのネット戦略への応用とは何か】

⇒ゲームの原理をビジネスに活用することで、7つの心理効果を生み出すことができる。それを動画の事例分析から解説。



- I : マーケティングに認知科学(心理)を応用する
「マーケティング心理」とは？

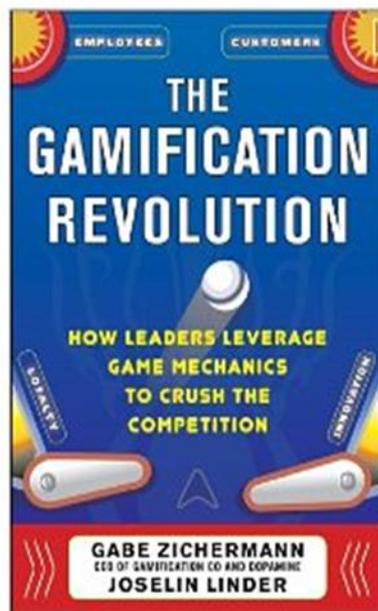
マーケティング心理とは何か(1): 欲求の構造



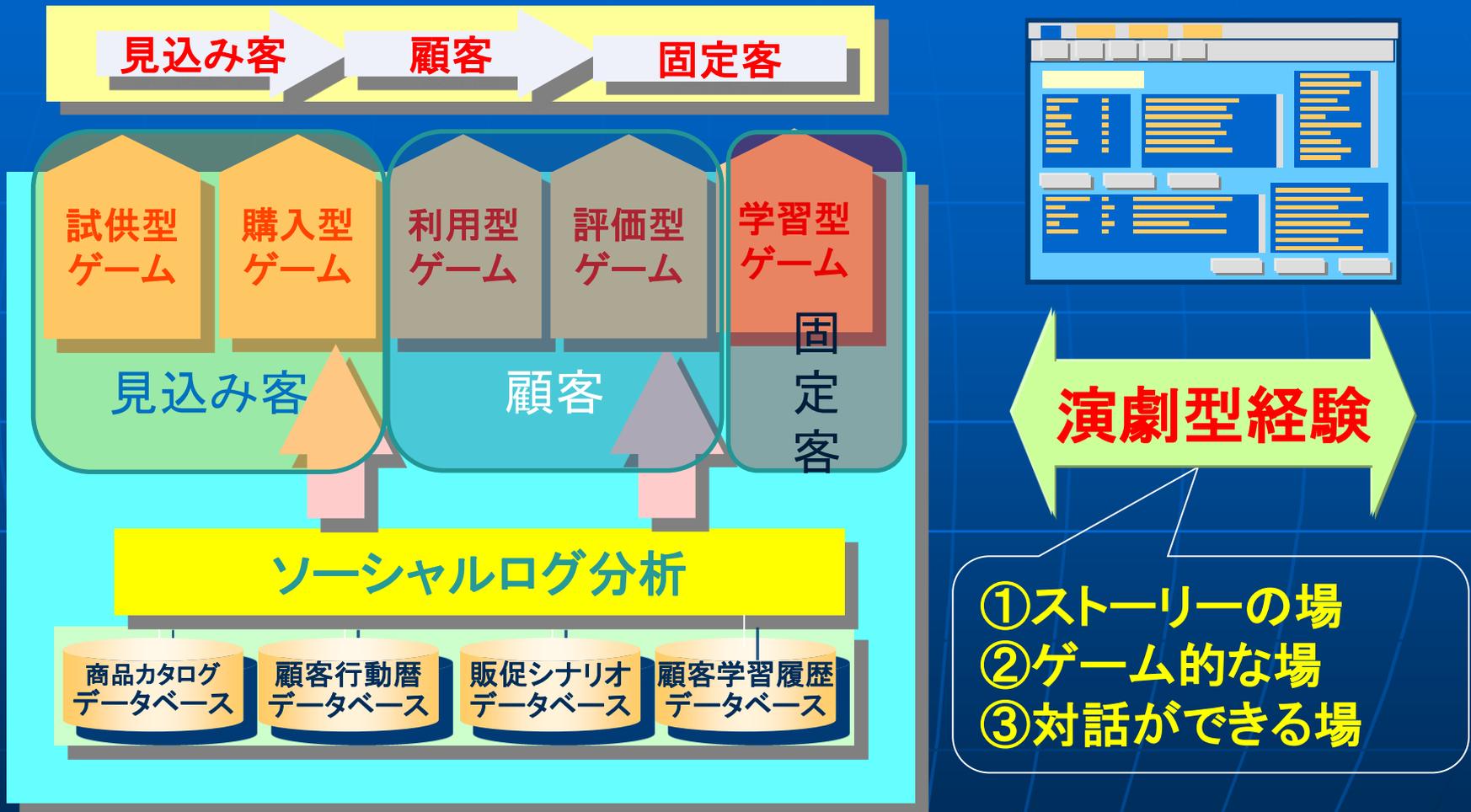
マーケティング心理とは何か(2): 3つの革新原理

マーケティング心理から
ビジネス革新をするモデル

CRM × Gamification × 行動経済学



マーケティング心理とは何か(3): 購買プロセス分析





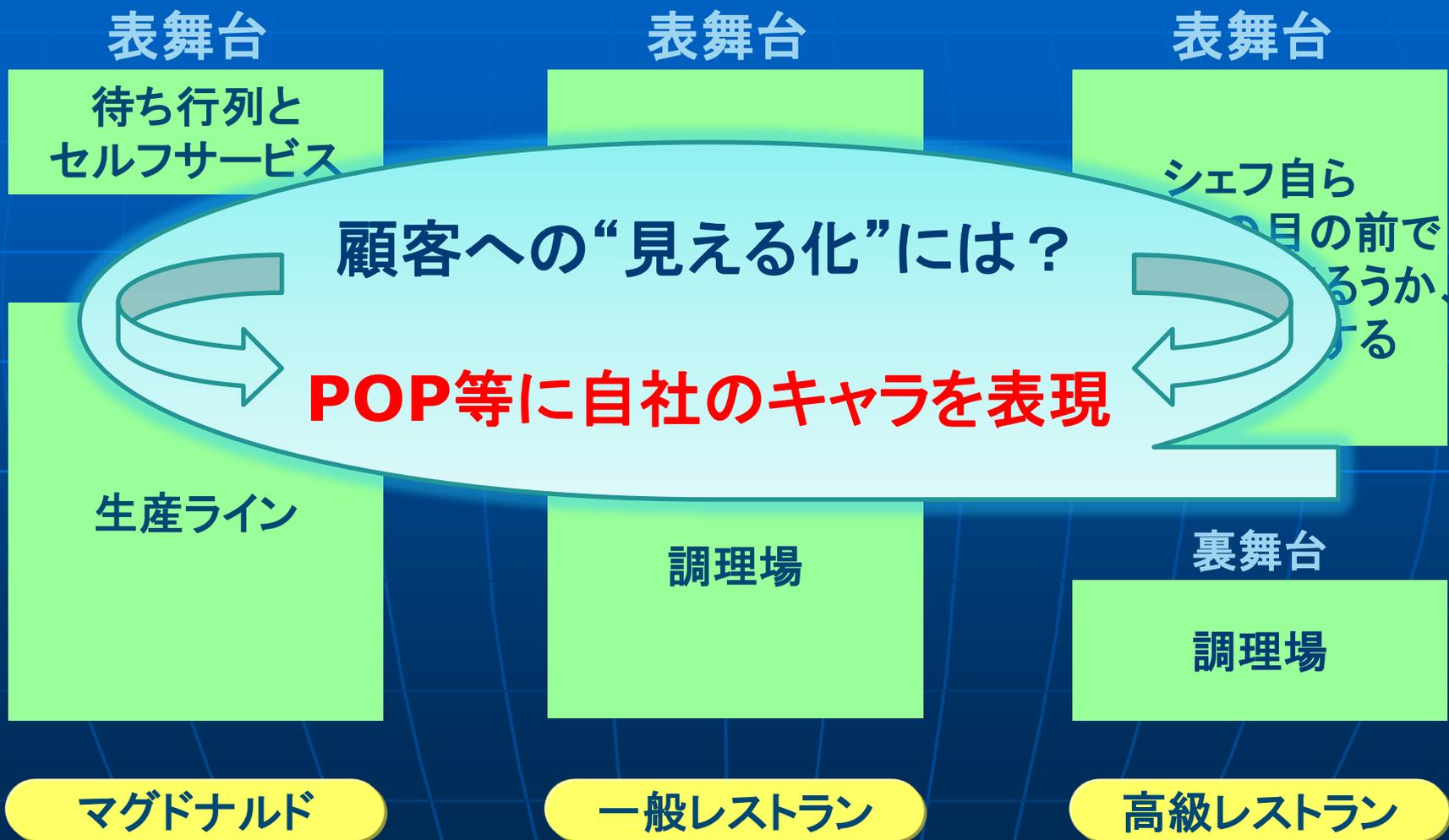
● II : マーケティング心理のネット戦略と応用

マーケティング心理における7つのネット戦略効果



マーケティング心理のネット戦略①:顧客へのキャラ化

顧客への「見える化」として企業の裏方が“舞台”に出る！



マーケティング心理のネット戦略①:顧客へのキャラ化

講師(匠)の所属先の事例: デジタルハリウッド大学



留学生出身国・地域



32ヶ国

教員数



136名



9万人



1学部 1学科

先進的



7位

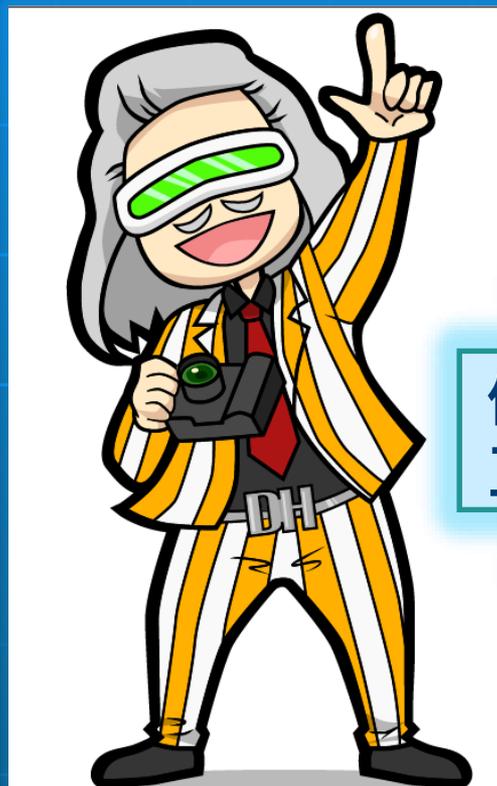
アクセス



徒歩1分

マーケティング心理のネット戦略①:顧客へのキャラ化

デジタルハリウッド大学の事例



修正

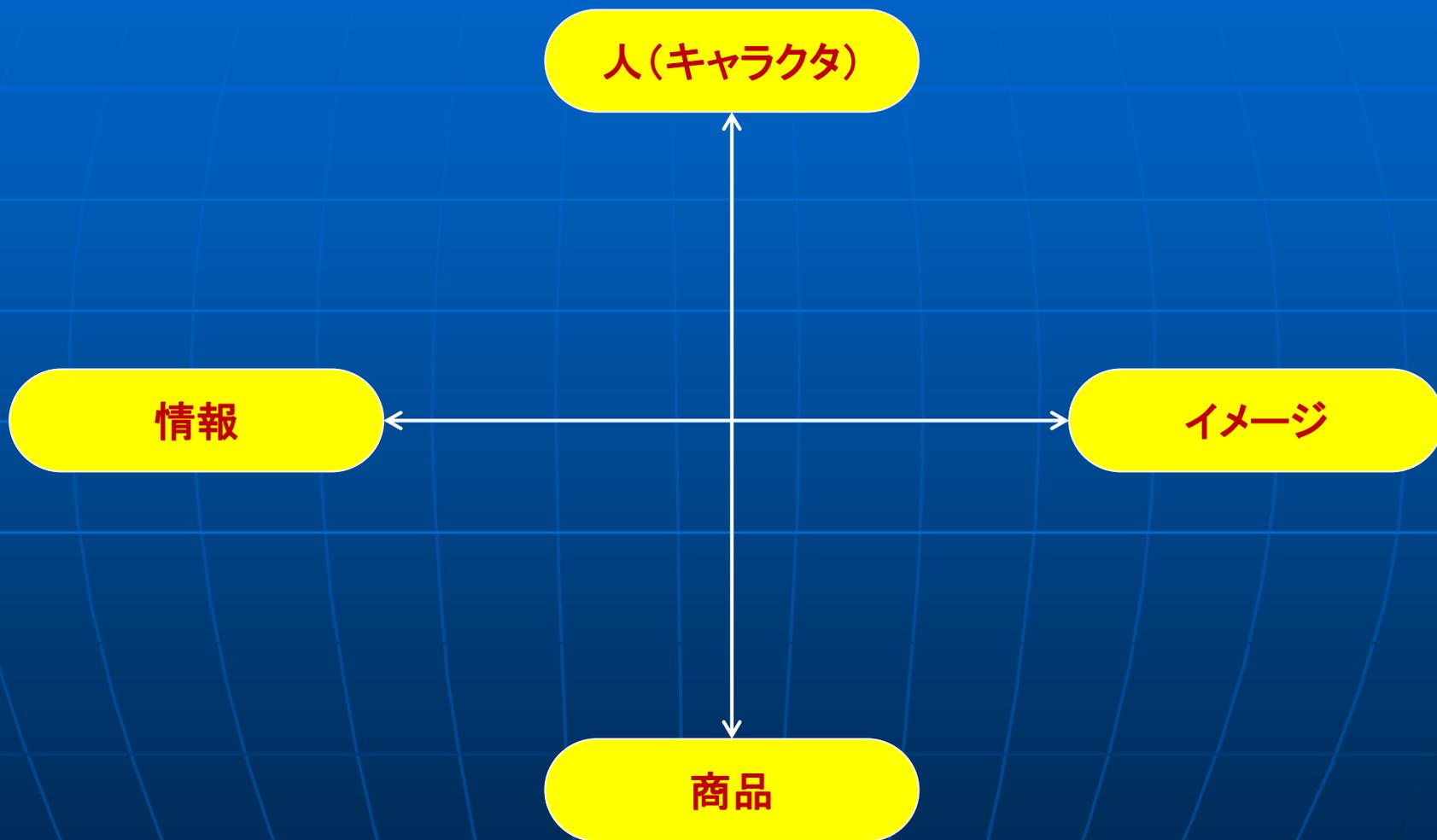


修正



マーケティング心理のネット戦略②: 価値の動画化

動画CMのポートフォリオ式分析例



マーケティング心理のネット戦略②: 価値の動画化

デジタルハリウッド大学の動画例

<http://www.dhw.ac.jp/opencampus/autumn2017/>

マーケティング心理のネット戦略②: 価値の動画化

デジタルハリウッド大学の動画例

みんなを生きるな。

白

動画の時間リズムのズレ？

時間リズムの年齢誤差に注意

秋のオープンキャンパス

2017/10/1 10/8 10/29

デジタルハリウッド大学
DIGITAL HOLLYWOOD UNIVERSITY

<http://www.dhw.ac.jp/opencampus/autumn2017/>

マーケティング心理のネット戦略②: 価値の動画化

時間マネジメントの心理

◆時間マネジメント

⇒「年を取るにしたがい、時間感覚は短くなる」

「小学生の頃は今よりも一日が長いと感じていた」などの理由は⇒年齢や生物的身体の大きさに比例して、過ぎる時間は短く感じる。
(例) 同じ一日でも像は時間が短く感じ、ねずみは長く感じる

マーケティング心理のネット戦略③: 表現のストーリー化

	男性の購買	女性の購買
こだわり対象	モノへの こだわりが高い	人や場面への こだわりが高い
関心の内容	最新の商品やその技術的要素 に関心をもつ	商品を使った 使用場面や友人 らとの語り合 いをもつ
(例)宣伝方法	エンジン従来モデルの ...%アップ!	サア、 て友人と を!

女性の方が効果あり

マーケティング心理のネット戦略③: 表現のストーリー化

ストーリー化を利用した化粧品直販の「あきゅらいず」社の例

The screenshot displays the Akyrise website interface. At the top left, there is a language selection dropdown. The main banner features a woman in a floral kimono and the text "わたしPremium生活 始めます。" (I start my Premium life). Below this, three numbered points describe campaign benefits: 1. 13,000 yen (tax included) or more purchase for +3% points; 2. Regular use for +3% points; 3. Exchange rate of 1 Fore = 40 points. A red button on the right says "キャンペーン 詳細はこちら" (Campaign details here). To the right of the banner is the Akyrise logo and icons for shopping cart (3 items) and Fore Marjeshu. Below the banner is a circular image of a woman with a headband and the text "トライアスロンで傷んだお肌に潤いを取り戻したい!" (I want to restore moisture to my skin damaged by triathlon!). At the bottom is a large image of a triathlete wearing a helmet with the number 1062. On the right side, there is a navigation menu with sections: "使い方ヘルプ" (Usage Help) and "ブランドサービス" (Brand Service). The "使い方ヘルプ" section includes links for "はじめての方へ" (For first-time users), "美養品使い方動画" (Beauty product usage video), "よくあるご質問" (Frequently asked questions), and "お問合せ" (Contact us). The "ブランドサービス" section includes links for "美養品" (Beauty products), "WAZUKA", "きのね", "Sukule", "すはだの学校" (Suhada no Gakko), "ハーバルコーヒー" (Herbal coffee), and "森の食堂" (Mori no Shokudo).

<http://www.akyrise.jp/>

マーケティング心理のネット戦略④：報酬のゲーム化

お試しセット購入後は、
定期会員登録がお得です!

▼定期会員登録をするとお買い物がこんなにおトクに!▼

10%
OFF

商品価格がいつでも
10%OFF!



商品を知り尽くしたバイヤーが
旬をお届け

**運の偶発効果によ
りお得感がアップ**

定期会員について詳しく見る



12月6日(水) 昼12時00分まで



3,980円相当が
2,000円引き!

送料無料*

1,980円 (税込)

初めての方
限定

基本の食材**12品**
お試しセット

お試しセットを注文する



<http://trial.daichi-m.co.jp/ad/lp-ota/1tou.html#main>

マーケティング心理のネット戦略⑤: 変化の可視化

1STEP 《絞る》

意識の焦点を「思考」でなく今の「行動」そのものに移す



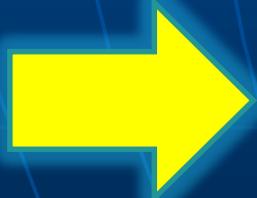
2STEP 《動く》

行動するごとに小さな変化を起こす事に力を注ぐ



3STEP 《測る》

測って変化を実感するとそれ自体が続ける楽しみに



わずかな変化が、毎回の行動の中に加えられることで、動機が生まれ、かつ行動が正当化され習慣化できる。

マーケティング心理のネット戦略⑤: 変化の可視化

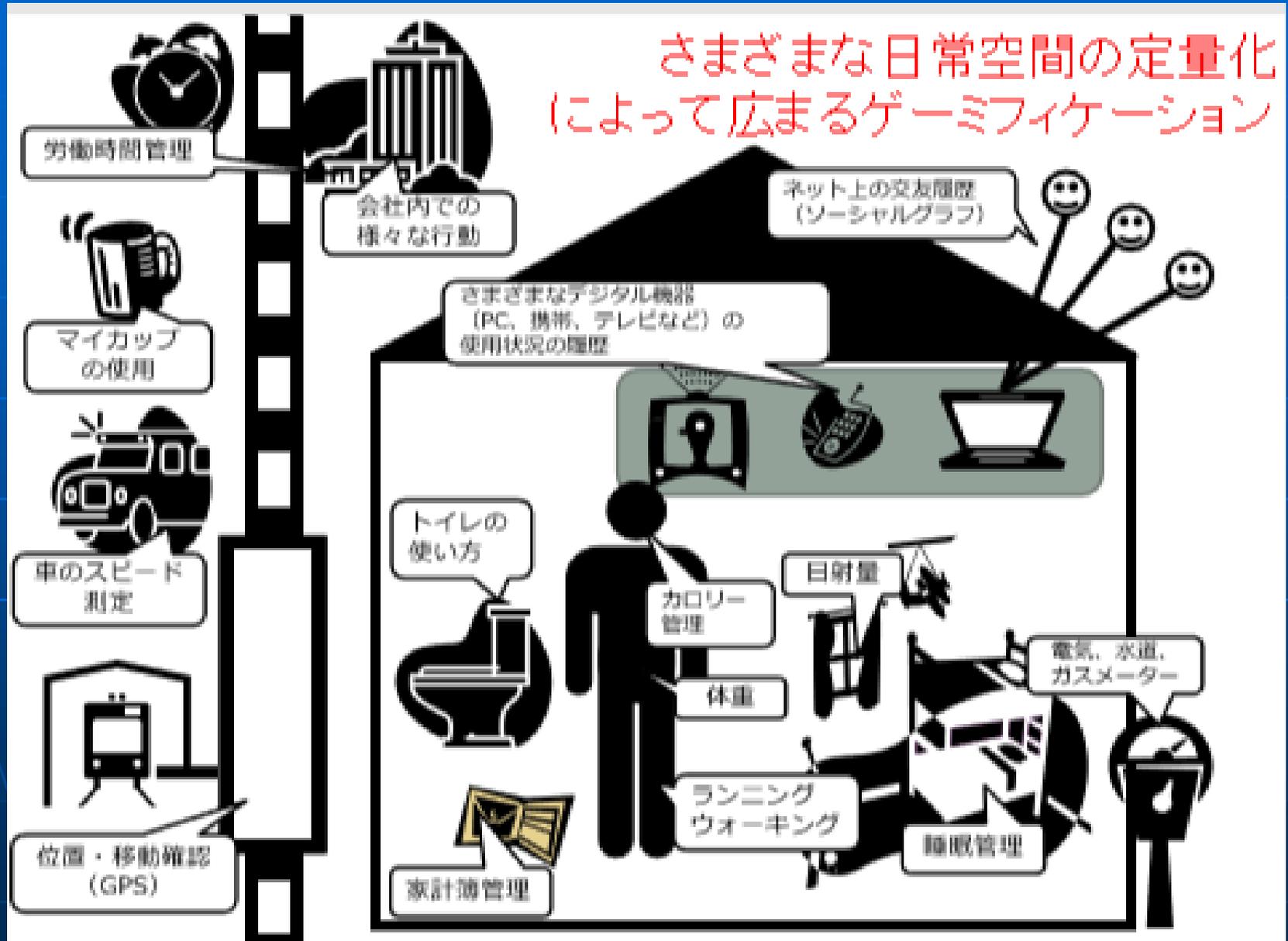
行動測定アプリ: 習慣行動の改善ツール

アプリ名=ぐっすり~ニャ/睡眠記録



<https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.co.ssp.Gussurinya&hl=ja>

マーケティング心理のネット戦略⑥：経験のGamification化



マーケティング心理のネット戦略⑥: 経験のGamification化

無印良品の商品を使って棚を作れるゲーム式サイト「MUJI LIFE」

MUJI LIFE

無印良品

無印太郎の棚

MUJIのゲームアプリで
ていねいに作りました。

マイページ ログアウト

MUJI COIN
3,000

MUJI COINを使って
プレゼントに応募しよう!

コインをつかう

また、無印良品からサプライズプレゼントも!

1:21 / youtube.com が全画面に切り替わりました (Esc キーで終了。)

OK 今すぐ終了 × YouTube

<http://www.nnmal.com/2011/11/muji-life/>

マーケティング心理のネット戦略④：報酬のゲーム化

●インセンティブ化

1. 点数設計：ゲームをクリアしていくごとに加算されるスコア
2. 段階設計：スコア数に応じてレベルを上げる
3. 報酬設計：スコアの蓄積やレベルに応じた賞品（仮想通貨）

●他者との競争心化

4. 競争設計：スコアを共有し、ランキングを表示して競う。
5. 行動設計：互いを競い合わせる行動のルール設計を行う

●難易度と学習の仕組み化

6. 難題設計：簡単すぎず難しすぎずの課題の呈示
7. 学習設計：チュート学びをより拡大した“熟達”の設計

マーケティング心理のネット戦略④：報酬のゲーム化

●インセンティブ化

サイトへのアクセス、段ボールの開封などのアクションによりMUJICOINを溜めることができ、溜めたCOIN数によって、商品プレゼントなどのキャンペーンへ応募できる。

各アクションごとのMUJICOIN獲得数

サイトへアクセス：100MUJI COIN

段ボール開封：最大1000MUJI COIN

MYMUJIへのレビュー投稿：1回100 MUJI COIN

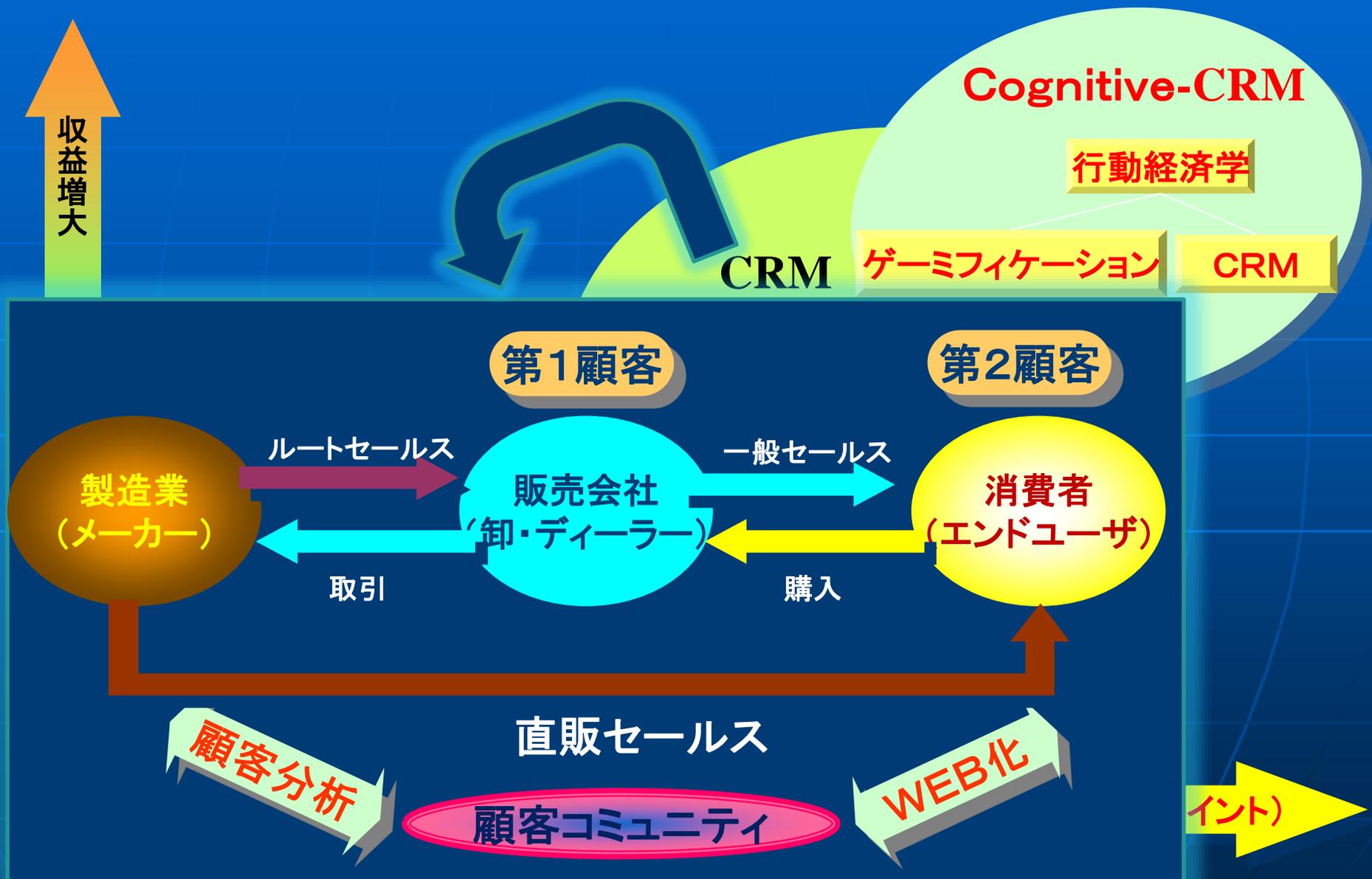
●他者との競争心化

自分の棚は友人と共有することができる。棚に集めたアイテムは友人にも公開されるため、視覚的に競争させる効果が期待できる。

●難易度と学習の仕組み化

アクセスポイントは1日1回、段ボールは1日3回までなど、貰えるポイント]の上限が決まっており、棚のアイテムを揃えたりキャンペーンへ応募するには、何日もアクセスを続けていく必要がある。

マーケティング心理のネット戦略⑦: ITのCognitive-CRM化



まとめ

■①キャラ効果⇒擬人化の主役によるキャラクター化

■②動画効果⇒顧客価値の視覚(イメージ)化

■③ストーリー効果⇒経験的ストーリーによる物語化

■④ゲーム効果⇒ゲームの原理を応用する遊戯化

■⑤可視効果⇒可視化による行動変化への動機化

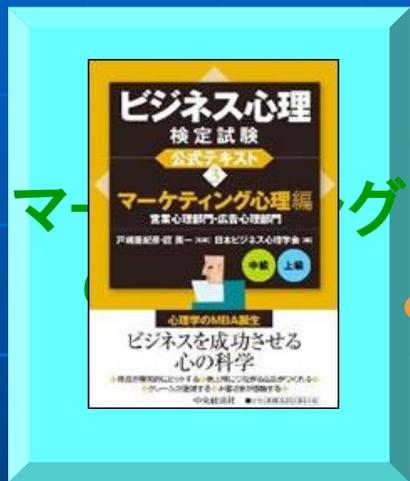
■⑥Gamification効果⇒①～⑤を最適に統合化

■⑦Cognitive-CRM効果⇒ITシステムの人間中心化

参考: ビジネス心理検定の公式テキストとオンライン講座

顧客を軸にした市場志向

社員を軸にした組織志向

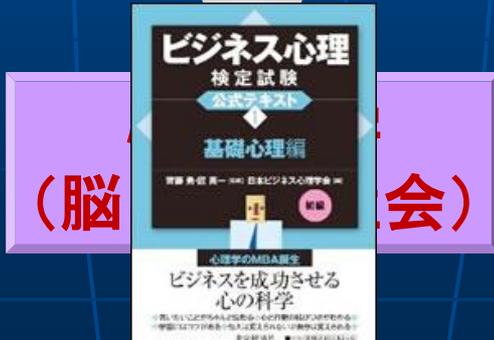


人 × 仕組み × 目標
の3つを変革する



必要とされる市場の能力要素

必要とされる自社の部門能力



END

ご清聴頂きありがとうございました！



〔認知行動科学者〕 匠 英一

連絡先⇒takuei@netlaputa.ne.jp



検定のお問合わせ先

日本ビジネス心理学会 (BPA-J)

<http://www.bpa-j.org>

