

HAROiD と電通、O2O2O (Onair to Online to Offline) スキームを共同で企画・開発 ～ テレビ CM を起点に、スマホユーザーを流通店舗に誘導 ～

株式会社 HAROiD（本社：東京都港区、社長：安藤 聖泰、以下「HAROiD」）は、株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）とキャンペーン参加を促す企画テレビ CM に触れた視聴者を流通店舗へと誘導する O2O2O (Onair to Online to Offline) スキームを共同で企画・開発しました。両社は、本スキームの提供を9月20日から開始します。

本スキームの特徴は、HAROiD が得意とするテレビ起点の大量オンラインアクセスに対応したソリューションと、コンビニエンスストア各社が店舗に設置しているクーポン発行端末との連携によって、テレビ CM の視聴者をコンビニへと誘導することができるようになった点にあります。

このスキームにより、キャンペーン参加を促す企画テレビ CM を視聴してスマートフォンなどでアクセスした人（以下「参加者」）が、応募専用サイトで簡単なクイズなどに答えると、抽選などでコンビニのクーポンが取得できます。手元に届いたクーポン情報をコンビニに持ち込み、店頭にある発行端末でクーポンを発行し対象商品と一緒にレジに持っていくと、その商品を無料もしくは割引価格で手に入れることができます。また、キャンペーン参加者がソーシャルメディアなどで拡散した情報に触れた人にも、そのキャンペーンに参加する権利が付与される仕組みとなっています。

なお、応募には HAROiD アカウントが必要で、登録時のメールアドレスに当選・落選通知が届き、当選者は専用ページにアクセスすることでクーポン情報を取得します。



本スキームの利点は、キャンペーン CM によって商品への興味が高まった人々を、短期間の間にコンビニに送客し、新商品発売やリニューアル時の無料サンプリングなどを効率的に行えることです。この仕組みにより、広告主は戦略的にセールスボリュームの拡大を狙っていくことができるようになります。

本スキームに対応している流通店舗は、現時点ではコンビニチェーンのみですが、順次、その他流通店舗にも拡大していく予定です。

今後も HAROiD と電通は、テレビ体験価値のイノベーションとテレビとデジタルを組み合わせたこれまでにない新しいソリューションや広告商品の開発に取り組んでまいります。

【本リリースに関するお問合せ先】 press@haroid.com