

UVとGMVの成長に貢献するために

Youzanマーケティングツールの使い方 ①ファングループ構築

なぜファングループが必要？

まず、ファングループについて説明する前に、中国マーケティング用語である『私域流量』について説明したいと思います。私域流量(プライベート・トラフィック)とは、企業側が直接接触できる、もしくは宣伝費を使わなくても自らアクセスしてくれるネットユーザーのことを指します。

FacebookやInstagramなど同様、中国のSNSやショッピングサイトでのオーガニックのトラフィック流入は、プラットフォームのアルゴリズムに厳しく制限されているため、有料広告やインフルエンサーを起用してトラフィックをいわば購入する必要があります。企業側がお金を払うことなく、ユーザー側からの直接流入してくれる私域流量をいかに増やすかが、中国のオンラインマーケティングにおける2019年のバズワードとなっているのです。欧米では、プライベート・トラフィックは自社ブログやメーリングリストなどのオウンドメディアにあたりますが、中国ではWebサイトやeメールを使う人がほとんどいないので、SNSのプラットフォーム上で、どうにかして「私的な」トラフィック流入を生み出す方法を探し求めています。

現在、プライベート・トラフィックの最大チャネルは、中国のスーパーアプリWeChatです。中国国産の人気化粧品ブランド、パーフェクト・ダイアリーは、WeChatアカウントのグループで独自のコミュニティを作り、顧客との信頼関係を構築しています。また、WeChatの機能の一つ、ミニプログラムでも独自のコミュニティを作ることができます。



私域流量のための最適なプラットフォームは？



ビジネスとしてコミュニティを運営する目的は、多くのフォロワーを獲得することであり、それはマーケティングのボリュームを高める唯一の方法です。しかし、ファンを惹きつけるためのプラットフォームはどのように選ばよいのでしょうか。WeChatのコミュニティは、多くの顧客を維持するために利用するのに適したプラットフォームです。プライベートドメインのトラフィックを生み出すには、プラットフォームが重要です。マーチャントが選択できるプラットフォームには多くの種類がありますが、その中でもWeChatファングループは最適なツールの一つです。

魅力的なマーケティングキャンペーンを考えよう

ファングループを作った後は、ファングループのクローズドな環境を上手に利用することで、既存のファンが新しいファンをグループに誘導することができます。

Youzanプラットフォームで設定できるマーケティングツールはたくさんあり、新人グループ加入割引、新人招待割引などを活用し、ファングループを活性化させることで、より多くのファンのフォローを促し、売上を伸ばすことが期待できます。



Step1
Wechat右上+をクリックし
发起群聊を押します



Step2
社内担当者何人を選んで
まず、グループ作ります



Step3
ファングループに
ファンを誘導します

次回はどうやってファンをグループに誘導するか、効果的な方法を教えます！お楽しみに！

お問合せはこちらからお気軽にどうぞ ▶▶▶ <https://www.youzanjapan.com/>