



# Web に電話を組み合わせてキャンペーンを成功させる！

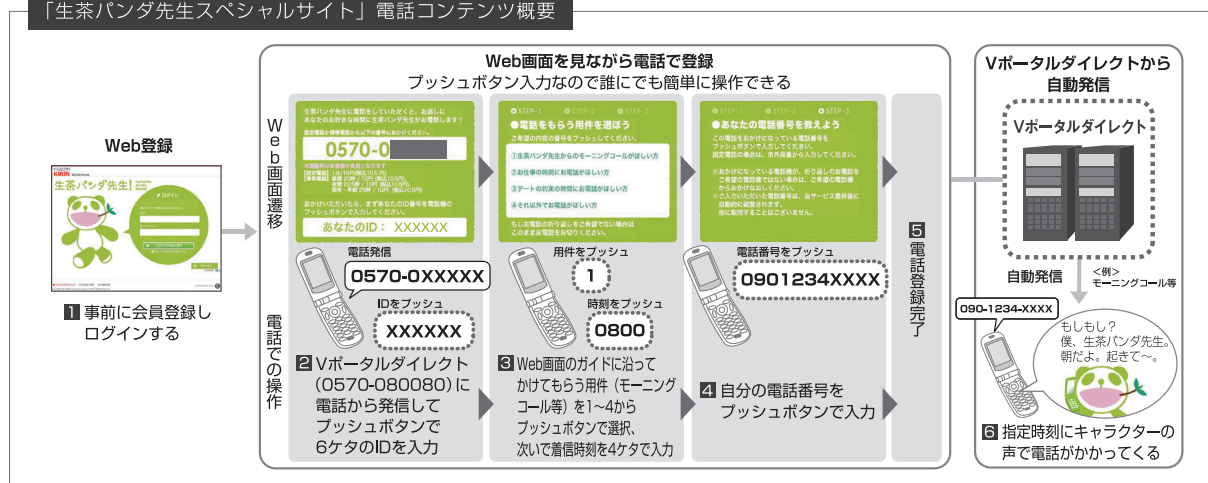
## キリンビバレッジ株式会社様

キャラクターの声による自動発信で、インタラクティブなコミュニケーションを実現。Web 中のキャラクターにリアルな存在感を生み出す。

### ● Vポータルダイレクト導入前の課題とソリューション

- キャンペーンサイトを通じて「生茶」という製品の良さを PR しながら、消費者とキャラクター間のインタラクティブなコミュニケーションを生むことで「生茶パンダ先生」というユニークなキャラクターの存在を身近に感じてもらい、ファンを作るというねらいがあった。
- コンテンツを多くの人に楽しんでもらうために、いつでもつながる安定したサービスが必要だった。

#### 「生茶パンダ先生スペシャルサイト」電話コンテンツ概要



### ▶ インタラクティブなコンテンツの魅力でアクセス数が向上

キリンビバレッジでは「生茶」の販売促進プロモーションとして、生茶パンダ先生という新しいキャラクターを使った「生茶パンダ先生スペシャルサイト」を展開。このサイトは人工知能を採用し、サイト内のキャラクターと会話ができるインタラクティブな点がポイントだ。このサイトを企画した博報堂では、同社に提案の際に、サイトのインタラクティブコンテンツの一部として Vポータルダイレクトを利用した電話コンテンツを提案。電話をかけるとリリーフランキー氏が声を務める「生茶パンダ先生」が応答し、そこで電話番号と電話をかけてもらいたい時間を入力すると、指定した時間にキャラクターの声で電話が発信されるという仕組みだ。この電話コンテンツを採用したことで、「本当に電話がかかってきた！」という驚きが魅力となりブログなどから口コミで広がった。その結果、サイトのアクセス数が伸びたという。キャンペーンとしてはまさに成功例だ。

### ▶ キャンペーンサイト成功のポイント

消費者がキャンペーン慣れしつつある今、ありきたりの Web キャンペーンでは競合の多い製品の中では埋もれてしまいがちだ。しかしこのようなインタラクティブ性をテーマに構築された Web サイトは、消費者が楽しみながら製品の特長を知ることができる。これからの Web キャンペーンにおいて、電話と Web を組み合わせるなどインタラクティブ性を持たせるという工夫は、消費者を惹きつける大きなポイントとなるであろう。

#### ● 導入決定のポイント

- Vポータルダイレクトの『アラート (自動発信)』と『オリジナルガイダンス』の組み合わせでインタラクティブなコミュニケーションを実現できる。
- アラートの設定は、電話からのプッシュボタン入力でも簡単に設定できるユーザーインターフェースである。
- 24 時間対応のため、消費者が時間を選ばず楽しめるコンテンツにできる。

#### ● 導入の効果

- インタラクティブなコミュニケーションにより『生茶パンダ先生』にリアルな存在感が生まれた。
- 電話がかかってくるという驚きが魅力となり、サイトへのアクセス数が向上。
- キャラクターから電話がかかってくるという斬新な仕掛けが、キャンペーン全体の評価を高めた。