



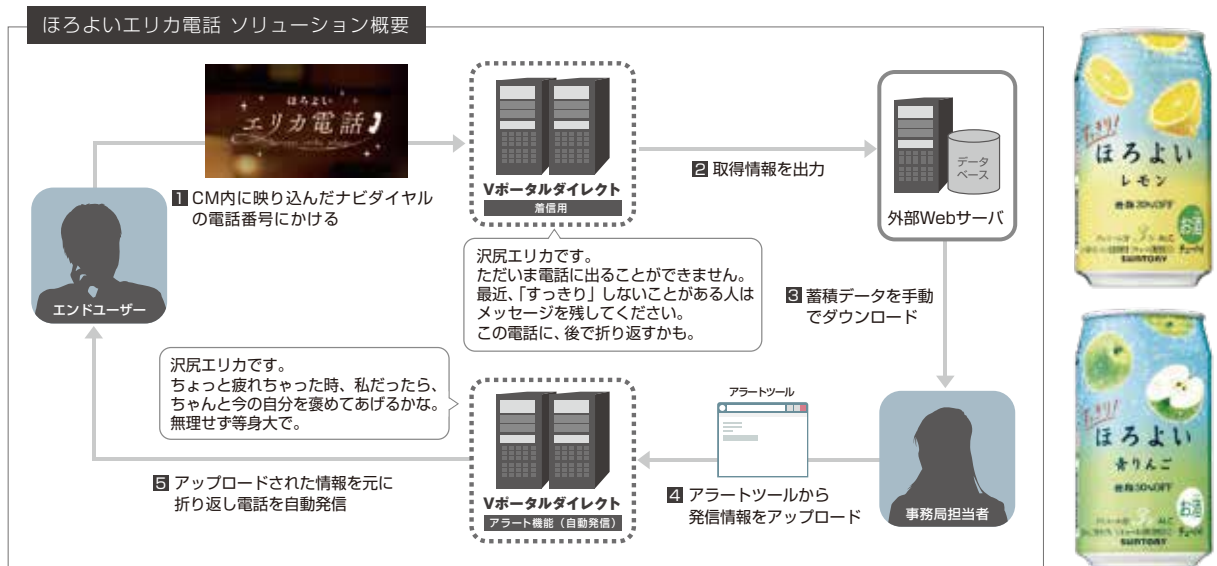
思わず電話したくなる演出で 商品認知を爆発的に広める

サントリースピリッツ株式会社様

音声自動応答と自動発信（アラート）を活用し
工夫を凝らしたキャンペーンを演出。

● Vポータルダイレクト導入前の課題とソリューション

- 「ほろよい」の「ふっと一息ついてリラックスする時間のお供に」というコンセプトに沿った、人の温かみのある1対1のコミュニケーションをしたいという企画があり、それを実現できるレガシーなソリューションを求めていた。



エリカ様と電話できる!?!という驚きを演出

サントリースピリッツでは、アルコール飲料「ほろよい」の新品「すっきりほろよい<レモン><青りんご>」を発売。女優 沢尻エリカさんを起用したCM連動キャンペーンで「ほろよいエリカ電話」を実施。CMの中で沢尻さんの携帯電話に彼女のものとおぼしき番号が映り、それに気づいた視聴者が試しに電話をかけてみると電話は本当につながり、沢尻さんの声による音声自動応答で留守電メッセージが流れる。次に「最近すっきりしないこと」を留守電に吹き込み、その「すっきりしない理由」をプッシュボタンで選択して電話を切る。数時間後、自動発信で沢尻さんから折り返し電話がかかってきて、選択した内容に合わせた沢尻さんからのメッセージが聞けるかもしれないというものだ。

今だからあえて電話という選択

「デジタルで100%達成できるような冷たいコミュニケーションには飽きてしまって、ひと手間ふた手間かかるけれどオリジナルの形ができる。そういったメディアが最近流行っている側面もあり、そのひとつが電話という、ひとむかし前からあったソリューションだった」と担当者は話す。Vポータルダイレクトは、インターフェースはアナログでありつつも、裏の仕組みはデジタル。デジタル社会に足りなかった人の温かみを感じられるソリューションだ。これからもアイデア次第でさまざまなキャンペーンに新しい風を吹き込んでくれそうだ。

● 導入決定のポイント

- 企画上で夢に描いていた自動発信が、Vポータルダイレクトでまさに実現できると知り、導入を決定。
- 技術面やコスト面も含めて、うまく実現に至った。

● 導入の効果

- 図らずも口コミが爆発的に広がり、CM放送当初からコールが殺到し、最終的には20万コールという大きな反響があった。
- 「商品の認知」という目標をしっかりと達成できた。
- 施策の仕組みとして他部署からも参考になったとの声もあった。