

推し活×キャンペーン!?

“応募者”が“応援者”へ変わる
参加型キャンペーンをご紹介します

それは『総選挙キャンペーン』です

対象商品



4

海鮮まみれ推進党

公約

販売します！

1日替わり売価

359円(本体)

(税込388円)

八種具材の海鮮丼

※こちらの売価は獲得票数1位から3位になった場合の公約です。

本日は、こちらの売価では販売していません。

某大手食品スーパー様事例

- ・ 投票して応募
- ・ 得票数1位に投票した人は当選チャンス！
抽選で商品券をプレゼント
- ・ 得票数1-3位の商品は「公約」実施

あ！総選挙キャンペーンやってる



小売メリット
・集客

何が1位かな？



よし、これを推そう！投票！



メーカーメリット
・購買促進

結果はどうだったんだろう？



当たった！嬉しい！



小売メリット
・再来店促進

推し続けていこう！



メーカーメリット
・ブランド訴求

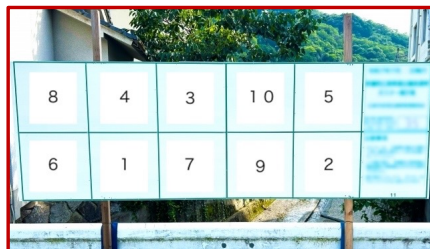
POINTは3つの仕掛け

1.選んで



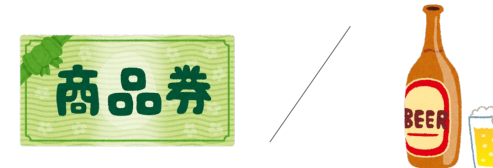
- ・予想をして参加したくなる仕掛け
- ・複数商品を競わせる
- ・商品/公約に興味を持ってもらう
- ・ただの抽選企画で終わらせない
- ・自分の一票が結果を左右するワクワク

2.投票して



- ・誰かにシェアしたくなる仕掛け
- ・平等な投票
ランダムに表示し
選びやすい「左上」に投票を
集中させない

3.当たる



公約例
〇〇党-359円で販売！
△△党-〇〇詰合せを2名様にプレゼント

- ・投票した結果を見たくなる仕掛け
- ・もらった商品券で再来店を促す

“応募者”が“応援者”へ変わる参加型キャンペーンにより、
買って終わりではなく、お客様とのエンゲージメントを高める施策となった。

今回は、総選挙キャンペーンをご紹介しましたが、

「PB商品の人気No.1を決めたい」

「メーカー対抗で売場を盛り上げたい！」

「商品のデザインなど、お客様の意見を取り入れながら決めていきたい」

など、色々な目的・課題に合わせたキャンペーン実施が可能です。

少しでも興味を持っていたただけた方は、

キャンペーンプラットフォーム【ギフデジ】へお問合せください。