SnapDish実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例!

食品・調味料の熱 量高いファンを育て る「体験づくり」と は?

- 1. 基調トーク
- 2. 事例セッション
  - 1. 概要
  - 2. 評価
  - 3. ポイント
  - 4. 全体
- 3. ご紹介







## SnapDish実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例! 食品・調味料の熱量高いファンを育てる「体験 づくり」とは?

2021年7月20日(火)14:00~15:00



#### ご来場ありがとうございます! この画面が見えている場合、<u>そのままお待ち</u>いただければ、定刻より開始いたします。

※本セミナーは、Zoomのウェビナー機能を利用して開催しております。

※ご質問などは「Q&A」機能で受け付けておりますので、遠慮なくご質問いただければ幸いです。なお、大変恐れ入りますが時間の都合上、すべてのご質問にお答えできない場合がございます。あらかじめご了承くださいませ。

※セミナーの内容は一部変更になる場合がございます。

※オンラインセミナーの録画、録音、撮影については固くお断りいたします。

※当セミナーお申込でご提供頂いたお客様個人情報は、弊社からのサービス紹介、セミナー等のご案内、アンケート調査依頼、その他関連する事業活動の目的以外に利用いたしません。 ※インターネット回線の状況やメンテナンス、その他視聴者側のパソコン、スマートフォン、タブレットなどの環境等により、映像や音声が途切れる、または停止するなど正常に視聴できないことがございます。上記を理由に配信が正常に視聴できない、あるいは視聴することにより何らかの損害が生じた場合においても、当社では責任を負いかねます。予めご了承くだまい。

#### 本日のゲストスピーカー



## 株式会社東京デーリー マーケティング本部 **大園 加恵** (おおぞの かえ) 氏

2015年に株式会社東京デーリー入社。マーケティング本部にて商品開発やプロモーション企 画等を担当。

#### 株式会社東京デーリー

ナチュラルチーズの輸入、加工及び販売を行う。バラエティ豊富なヨーロッパ産のテーブルチーズを中心に製品化し、 量販店をメインの販売チャネルとしている。「チーズチップス」「ル・ルスティックブリー」「ゴルゴンゾーラ」等の 直食チーズや、調理用途でのナチュラルチーズ等幅広い商品ラインナップを提案している。

聞き手



ヴァズ株式会社 SnapDish事業開発マネージャー **阿部 樹(あべ たつき)** 

#### 司会



ヴァズ株式会社 SnapDish事業開発チーム 広報・マーケティング担当 **落井 麻紀 (おちい まき)** 



#### アイスブレークのため、Zoomチャットで教えてください!

# お題「普段よく使うSNSは?」

ヴァズ・阿部



SNSかどうかわからないけれど YouTubeでコウケンテツさん見ることが増えてきました。

ヴァズ・落井



FacebookとInstagram。ほぼ毎日、業務上の情報収集に。

YouTubeも毎日通勤往復中に、耳で聞いてるな・・・ 弁当作りはじめると、一番投稿するのはスナップディッシュです!



SnapDish実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例!

食品・調味料の熱 量高いファンを育て る「体験づくり」と は?

- 1. 基調トーク
- 2. 事例セッション
  - 1. 概要
  - 2. 評価
  - 3. ポイント
  - 4. 全体
- 3. ご紹介



### 食品・調味料の熱量高いファンを育てる「体験づくり」とは?

生活者に提供すべき3つの要素「体験・理解・交流」とは?



# 本日のテーマ

# 食品・調味料の熱量高いファンを育てる「体験づくり」とは?





# 食卓体験プラットフォーム 「スナップディッシュ」



#### スナップディッシュの特徴

スナップディッシュは料理投稿No.1の料理専用SNSで料理体験が楽しくなる仕組みを通じて、 貴社商品についての**良質なコミュニケーション**を生み出します。

①世界初! おいしく撮れるAI料理カメラで キレイに残せる



②気になるユーザーをフォロー、 フィードで料理体験を共有

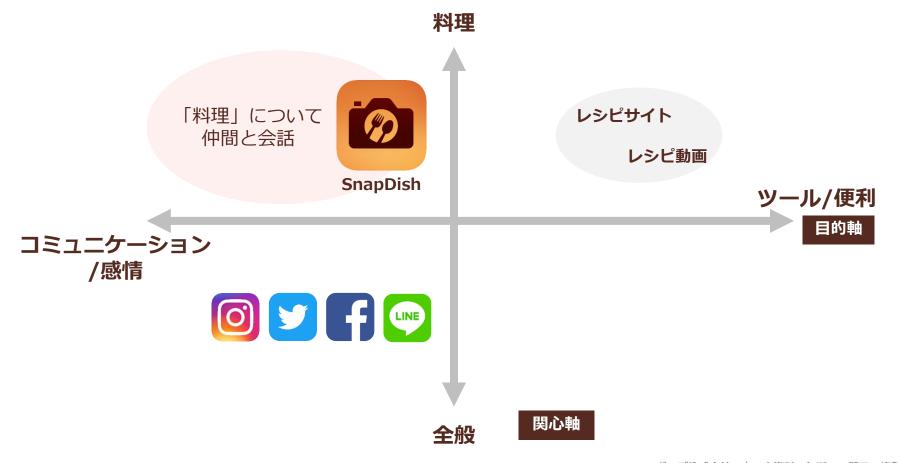


③いいね!やコメントの アクションでモチベーションUP



#### 他サービスとの違い

料理のレシピを調べたり伝えたりする事が主目的ではなく、<u>ユーザーが自身の料理体験を起点に、喜びや感</u>動、美味しさの秘密等、仲間との自発的・建設的な情報交換や、コミュニケーションを行っている場です。





#### ご活用実績

#### 掲載実績(順不同)





































































































# 本日のテーマ

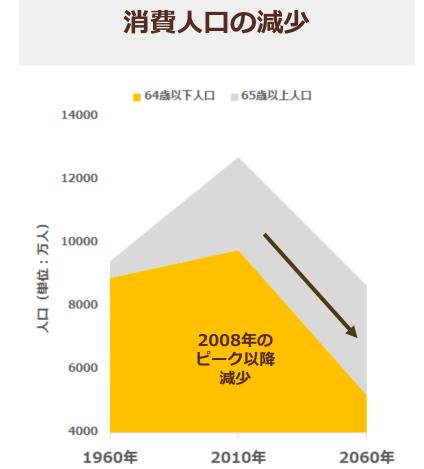
# 食品・調味料の熱量高いファンを育てる 「体験づくり」とは?





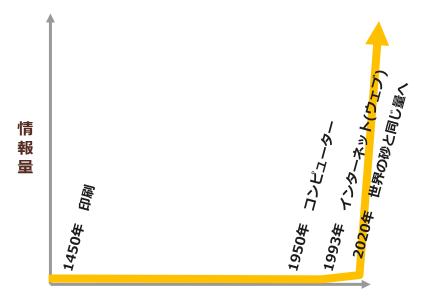
## なぜファンとの関係が重要か?

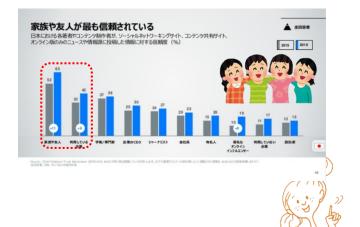
## 「モノを買う」ことの背景は20年前とは激変している



#### 情報量の爆発

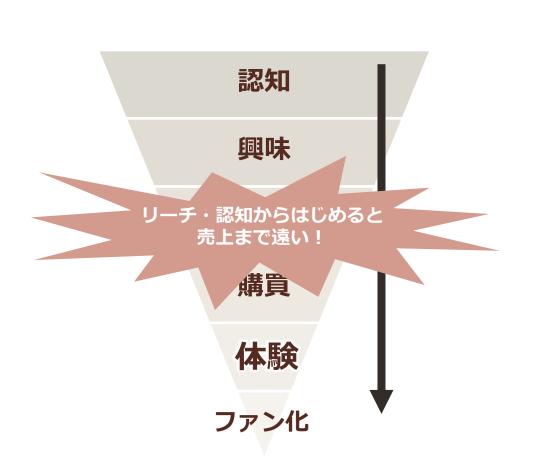
#### 信頼できる情報の厳選

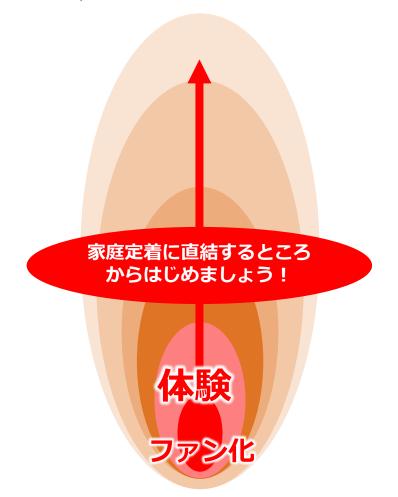




## なぜファンとの関係が重要か?

## 左側の考え方だけだと効率が悪くなってきている









# 課題

## 「ファン」が重要なのはわかった。

# では、どうしたらファンとの関係を深められる?





# みなさまのお悩み



#### **D**SnapDish

SnapDish主催オンラインセミナー

5.27開催『偏愛ストラテジー』著者 石原氏に学ぶ、ファンの心に火をつける 6つのスイッチ解説&ワークショップ

2021年5月27日(木) 14:00~15:00



謙師:クリエーティブ・ディレクター/コミュニケーション・ディレクター 石原 夏子

モデレーター: ヴァズ株式会社 事業開発マネージャー 阿部 樹



■ SnapDish主催オンラインセミナー

(2) SnapDish

6.15 開催 ミニセミナー 食品・調味料メーカーの 今あるべき SNS 運用の姿を、 専門家にざっくばらんに聞きます!





日時: 2021年6月15日(火) 14:00~15:00 方法: Web会議システム「Zoomウェビナー」にて開催

> 講師:アライドアーキテクツ株式会社 協業サービス推進室長 久保田 那也 モデレーター:ヴァズ株式会社 事業開発マネージャー 阿部 樹

#### 【セミナー参加者からのご質問】

やみくもにSNSで「フォロワー」を増や しても、プレゼント目当ての人が増える だけ

・<u>本当のファンを増やすには</u>どうしたらい いの?



# みなさまのお悩み



- 「あなたはファンです。ですので友人知 人にもっとお薦めしてください。謝礼を 差し上げますのでお願いします」
- こんなコミュニケーション、何か違うん じゃないかというモヤモヤ



## ファンとの関係を深めるときの罠

# SNSは便利だけれども 「フォロワー」や「いいね」を増やすだけでは 「ファン」は増えない

SNSが得意なのは、興味・親近感





# きょうお伝えしたいこと

【ファン化に不可欠な3要素】

①体験・②理解・③交流



# きょうお伝えしたいこと

## 【ファン化に不可欠な3要素】

①体験・②理解・③交流



興味・親近感





# **1体験**



# 1 体験





- ✓スマホで記事を見かける
- ✓人から噂で聞く

伝聞

視覚

画面 ごし



- ✓店頭で試食する
- ✓家で使ってみる
- ✓家でレシピに挑戦
- ✓料理教室で教わる
- ✓工場見学する
- ✓ 作り手と話す













# ②理解





- ✓スマホで記事を見かける
- ✓ なんとなく聞いたことがある
- ✓知識を一方的に伝えるだけ



# 価値について腹オチする

体験を知識で裏付ける







#### ブランド・ 商品









商品



# 例えば・・・





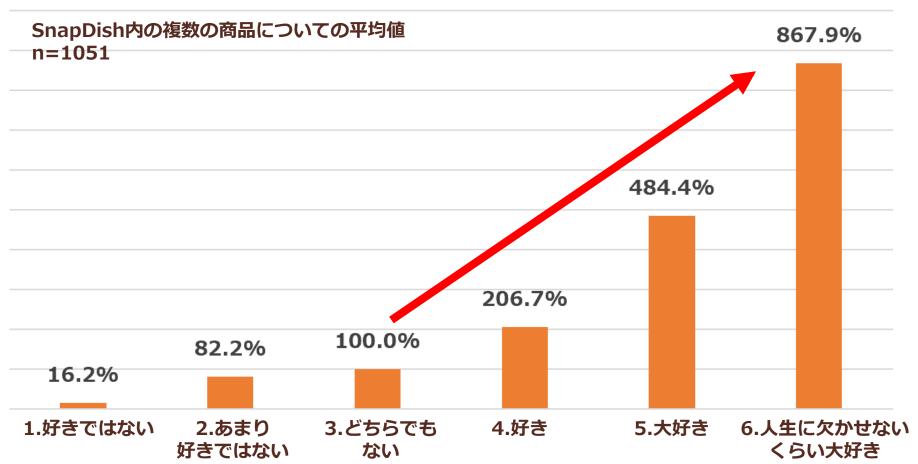






# 体験・理解・交流が起きると?

#### 愛着度別 年間購買金額(3を100%とした場合)







# 詳細は事例セッションで





## ファン施策の共通点 ①体験・②理解・③交流

fanbase

TOP > お知らせ > ファンとの神を独める、企業向けWebサービス『Fan道(ファンドウ)』2021年6月3日より提供開始のお知らせ ・企業や地域、スポーツチームなどでも先行手入予定・

#### 2021.06.03 [リリース]

=

ファンとの絆を強める、企業向けWebサービス『Fan道(ファンドウ)』2021年6月3日より提供開始のお知らせ - 企業や地域、スポーツチームなどでも先行導入予定-



株式会社ファンベースカンバニー (東京都渋谷区 代表取締役/CEO 澤田匡保) (https://www.fanbasecompany.com) は、2021年 6月3日 (木) より、企業向け新サービス「Fan遭」の提供を開始します。 [Fan遭」は、企業とファンとの絆を強くすることを目的に 開発したWebサービスです。企業やブランドごとにファン向けのページを作成することができ、参加登録したファンへコンテンツや クイズを提供したり、イベントで交流したり、ファンからの応援メッセージに返信することができます。

#### 『Fan道』とは

『Fan道』は、ファンを大切にし、ファンをベースにして、中長期的に売上や事業価値を高める「ファンベース」を実践できるWebサービスです。

- ファンベースカンパニーが創業以来100社以上の企業のファンベースプロジェクトに伴走してきた中で、ファン度が上がっていくのには3つの要素が必要であることを発見しました。
- 1つ目は「企業やブランドのより深い②**知識**を得る」
- 2つ目は「<u>社員とファンが③**交流**</u>する」、
- 3つ目は「ファンと企業が特別な①体験を共有する」 という3つの要素です。

※丸数字・括弧内はヴァズによる





# ファン施策の共通点 ①体験・②理解・③交流



- 私たちはファンイベントを企画する際には、よなよなエールが持つ5つのベネフィットを、分かりやすく3つの視点に変換しています。
- 「②**知る・学ぶ**」「③**交流**」「**共創**」です。
- **知る・学ぶ**の視点が醸造所見学であり、<u>交流</u>は飲み会イベントであり、<u>共創</u>は熱量のあるファンの方々との企画会議になります(全体が①)

※丸数字・括弧内はヴァズによる





# きょうお伝えしたいこと

## 【ファン化に不可欠な3要素】

①体験・②理解・③交流



SnapDish実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例!

食品・調味料の熱 量高いファンを育て る「体験づくり」と は?

- 1. 基調トーク
- 2. 事例セッション
  - 1. 概要
  - 2. 評価
  - 3. ポイント
  - 4. 全体
- 3. ご紹介



# 実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例! 事例セッション 東京デーリー 大園様



SnapDish実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例!

食品・調味料の熱 量高いファンを育て る「体験づくり」と は?

- 1. 基調トーク
- 2. 事例セッション
  - 1. 概要
  - 2. 評価
  - 3. ポイント
  - 4. 全体
- 3. ご紹介



### 施策実施の経緯・概要



### 東京デーリー様 SnapDishでの施策実施の経緯

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
モニター配布可能に		体験イベント 提供本格化		AI料理 カメラ	コロナ禍	
商品モニター						
	キャンペーン協賛					
東京デーリーさん施策				ブリー施策		・ライン 食づくり
	モニター配布	モニター配布	モニター配布 体験イベント 提供本格化	モニター配布 可能に	モニター配布 可能に       体験イベント 提供本格化       AI料理 カメラ <b>商品モニター</b> キャンペーン協賛	モニター配布 可能に 体験イベント 提供本格化 カメラ コロナ禍 <b>商品モニター</b> キャンペーン協賛 ブリー協等 オン

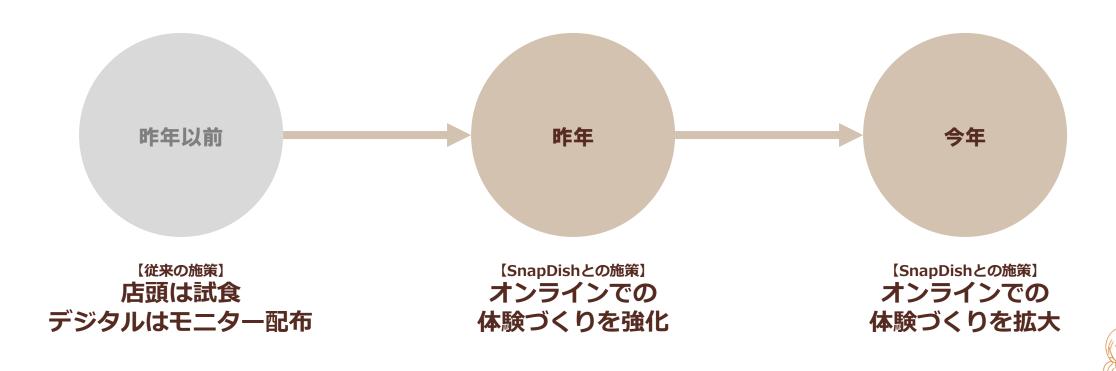


# ル・ルスティック ブリー





#### 施策の変化





#### 実施の概要

SnapDishで前年築いたファン基盤を軸に、ル・ルスティックブリーのオンライン体験・交流イベントを実施。店頭や Twitterなどとも絡めた立体的な展開を行った。

# love it!

前年度施策

#### 料理アプリ「SnapDish」参加者募集



#### 店頭からの告知

#### オンラインでの体験作り

#### キャンペーンページ YouTubeLIVEの告知&公開設定



#### D体験作り参加者同士での交流

フラックペッパーやハーフ握っ合いますさね。

最急事態宣言中に、家で楽しむ方法ですねか

当はよりやりまざないのが黄味しいです~

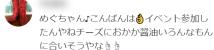
パター初めて合わせました!美味しい!

てりあったーム!お楽しみのフィンタイム!

mのみんなケーブルの上昇しなれーは

Zoom PyouTube







からへ

はじめてオンラインのイベントと言うもの 経験したよ。ブリーチーズって買う勇気行ったけれどこれで手が出せそう!チーズ に和風も合う合う。美味しかったよ。 そ のまま味わえるチーズだからこそ だね。

Twitter連動のキャンペーン





#### **YouTube**



#### **YouTube**



チャットのリプレイ 上位のチャットのリプレイ











めぐちゃん♪こんばんは❸イベント参加し たんやねチーズにおかか醤油いろんなもん に合いそうやなり



#### からへ

はじめてオンラインのイベントと言うもの 経験したよ。ブリーチーズって買う勇気行 ったけれどこれで手が出せそう!チーズ に和風も合う合う。美味しかったょ。 そ のまま味わえるチーズだからこそ だね。



#### SnapDish投稿コミュニケーション

ル・ルスティック ブリーのオンライン体験イベントを起点に、日常普段の食卓での楽しみ方の広がりが多く見られました。



#### 購入意向のあった投稿 抜粋



ブリーチーズをトッピング

手料理

● 274 ♥ 59 ■ 3 t3 4

公開日:2021/04/26 22:48:50 / 投稿日:2021/04/26 22:48:50

イベメロ

レシピ

体験 理解 交流

1KKE



#### COOK N580YUM186

オンラインイベント参加いたしました。オススメの中の、「和」を早速。① ブリーチーズの上に 新たまねぎ + かつお節 + お醤油 昆布だし醤油をふりかけました。② バゲットの上に ①をトッピング。噛み締めると、程よくとけ始めるチーズのまろやかさが 玉ねぎと絡み合って 旨み倍増。③ おだしがしみたきざみあげ にトッピング。うまーい。お醤油無くていけます。 ブリーチーズを引き立てる使い方 知りませんでしたが これを機に 美味しそうな物があれてれ浮かんできましたよ。 東京デーリー様、SnapDish様 ありがとうございました。



#### TOMO122

めぐちゃん♪ こんばんは 6イベント参加したんやね チーズにおかか醤油 いろんなもんに合いそうやな 6 6



#### COOK N580YUM186

tomo ちゃんおはようございます。 うん。 <u>はじめてオンラインのイベントと言うもの経験したよ。 ブリーチーズって買う勇気行ったけれどこれで手が出せそう! チーズに和風も合う合う。 美味しかったよ。 そのまま味わえるチーズだからこそだね。</u>





SnapDish実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例!

食品・調味料の熱 量高いファンを育て る「体験づくり」と は?

- 1. 基調トーク
- 2. 事例セッション
  - 1. 概要
  - 2. 評価
  - 3. ポイント
  - 4. 全体
- 3. ご紹介



- ①従来のマネキン施策等と比較してどうですか?
- ②2年目を継続した手ごたえは?



## 【評価のポイント①】 従来のマネキン施策と比べて、いかがでしたか?

#### 前年度施策

#### 料理アプリ「SnapDish」参加者募集

#### オンラインでの体験作り

#### 参加者同士での交流











めぐちゃん♪こんばんはんイベント参加し たんやねチーズにおかか醤油いろんなもん に合いそうやなりり



からへ

はじめてオンラインのイベントと言うもの 経験したよ。ブリーチーズって買う勇気行 ったけれど これで手が出せそう!チーブ 和風も合う 合う。美味しかった。 まま味わえるチーズだからこそ





## 【評価のポイント②】 2年目となりましたが、 継続した手ごたえはいかがですか?

愛着度、NPS、年間購買金額の変化など、どう捉えていらっしゃいますか?



#### 【参考資料】他者推奨意向

#### 【評価のポイント②】 2年目となりましたが、 継続した手ごたえはいかがですか?

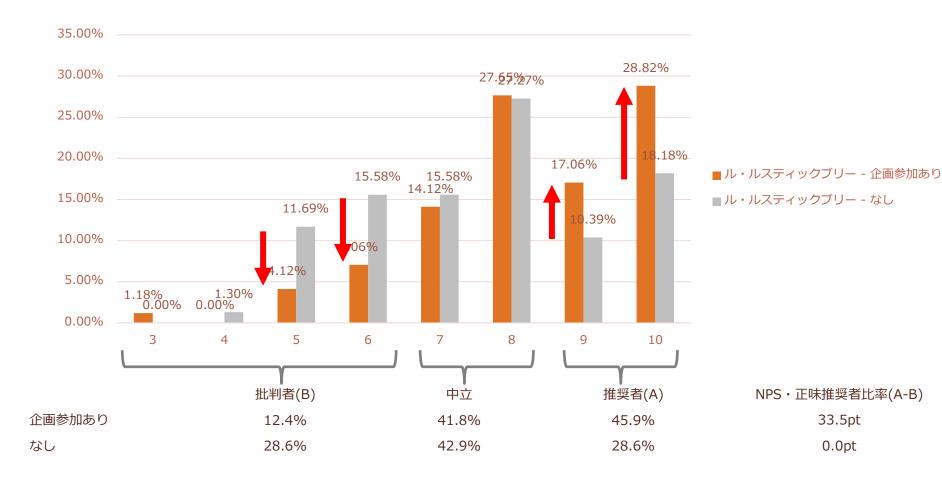
#### 企画参加者は他者推奨意向9,10と回答した率が顕著に高く、推奨者比率を大きくあげる要



SnapDishユーザー定点調査 回答数: n=1051

回合致: n=1051 調査方法: SnapDishユーザーに

メール・プッシュで通知 調査日:2021年7月3日~7日



#### 【参考資料】推奨意向×年間購買金額

【評価のポイント②】 2年目となりましたが、 継続した手ごたえはいかがですか?

推奨意向の高さと年間購買金額がきれいに比例 しており、推奨意向を高める施策は売上にもできる。



SnapDishユーザー定点調査 回答数: n=1051

調査方法: SnapDishユーザーに メール・プッシュで通知 調査日: 2021年7月3日~7日



#### 【参考資料】理由・エピソード・メーカーさんに伝えたいこと

#### 【評価のポイント②】 2年目となりましたが、

								2年日となりましたか、						
推奨度	愛着度	購入頻度	おすすめの理由	その具体的なきっかけ		ブランド・ 会社全体	メーカーさんに伝えたい	継続し	た手	ごたえ	はいが	かがで	すか	?
10	1.人生に欠か せないくらい 大好き	a.2~3日に1回程度、 またはそれ以上	<b>バンに乗せて焼く</b> のが一番美味しくて毎朝食べてます!たまにサルサソースを塗り上にブリーチーズをカットし焼きます!	塩気もありフランスパンによく合います!	3人	かけかいく	スーパーで398円で売ってる日は2つは、 沢乗せするのがお気に入りです!カット くい形ですが、贅沢に長細くカットし乗 みつきになりました!	<b>必ず買い</b> 贅 がややしに せるのが病	埼玉県	女性	50-59歳	3人	いない	あり
10	1.人生に欠か せないくらい 大好き	b.1週間に1度程度	とにかく <u>クリーミーで美味しい</u>	モニターで <b>チーズパーティー</b> に参加させていただき、 色々な使い方を教えていただいてから、より美味し さの幅が広がり、無いと寂しいくらい毎日食べたく なる。	10人以上		食べ方レシピを、季節に応じて変化させ ほしい。	て添付して	奈良県	女性	60-69歳	5人以上	いない	あり
10	1.人生に欠か せないくらい 大好き	b.1週間に1度程度	美味しい事と使いやすい	あまりチーズが好きでなかったのですが、モニター でいただき <mark>美味しい食べ方を知ってからやみつきに</mark> なりました。	7人	2.大好き	常に常備しております!美味しくいただ	いてます。	和歌山県	女性	40-49歳	5人以上	3人	
10	1.人生に欠か せないくらい 大好き	c.1ヶ月に2-3回程度	クセがないのでそのままでも <mark>トーストする時に</mark> <mark>もお料理にも合う</mark> ので重宝しています	この一年半は自宅近くのスーパーでお買い物をしているのでデパ地下で買える珍しいチーズより大手メーカーさんのパッケージチーズを購入していますので東京デーリーさんのチーズは頻繁に美味しく頂いています! きちんと包装されているので品質も安定していますし中身が見えなくても安心して購入しています	5人		オシャレなパッケージで東京デーリーさ並んでいると一目でわかります 使い切り食べ切りサイズで良いと思いま し量の多い製品も出していただけるとコ 購入が減ると思います…	すが <b>もう少</b>	兵庫県	女性	50-59歳	3人	いない	
10	1.人生に欠か せないくらい 大好き	c.1ヶ月に2-3回程度	美味しい。元々カマンベールチーズなどのチー ズが好き。	今までは国産のものばかり食べていたが、 <b>ごの商品</b> を頂いて本場の味の奥深い美味しさに魅了され、ハマりました。YouTubeでのレッスンも楽しかった です。	3人	3.好き	田舎なので、こういった食材の買出しはなります。そういう時はまとめ買いするので、出来れば3個パックで少し割安なば、きっと其方を買うと思います。是非だきたいです。	ことが多い <b>品とか有れ</b>	岩手県	女性	50-59歳	2人	いない	あり
10	2.大好き	b.1週間に1度程度	<mark>クセがなくて</mark> とても美味しチーズでしたので	先日のモニターでこちらのブリーチーズを送っていただき とても美味しく、チーズ売り場では一番先に目が行くようになりました	10人以上	2.大好き	美味しいチーズをありがとうございます <b>またお手頃な価格で近所のスーパーでも</b> 事ができて購入もしやすいです。		佐賀県	女性	50-59歳	2人	3人	あり
10	2.大好き	b.1週間に1度程度	そのまま食べても、 <mark>蜂蜜をかけてもアレンジし</mark> <b>ても</b> 美味しいです。	SnapDishのモニターに当選して初めて知った商品 でお友達にも喜ばれました。	3人	3.好き	値段は高いけど美味しいので又買います 品を紹介して下さい。	。又違う商	鹿児島県	女性	40-49歳	4人	1人	あり
10	2.大好き	b.1週間に1度程度	やはり、 <mark>何と言っても美味しい</mark> から。	モニターでいただき、 <b>youtube参加にて一緒に楽</b> <b>しみました。その時の食べ方は今でも定番に</b> してい ただいてます。	2人		いつも楽しくて豪華な企画をありがとう す!snapdishを始めたお陰で沢山の味を いただき東京デーリーさんにもお世話に ます	を体験させて	神奈川県	女性	50-59歳	4人	2人	あり
10	2.大好き	b.1週間に1度程度	塩気が最高。 <mark>どんなお酒にも</mark> 合います。	お店で見かけて <b>お洒落なパッケージ</b> にひかれて、試しに買ってみたら思いの外美味しかった。	3人	4.どちらで もない			神奈川県	女性	40-49歳	4人	1人	
10	2.大好き	b.1週間に1度程度		食べやすくておいしい!旦那も好き	2人	2.大好き	美味しかったです!ぜひ!! <mark>価格をもう</mark> <u>(笑)</u>	<u>少し安く</u>	群馬県	女性	40-49歳	2人	いない	あり
10	2.大好き	c.1ヶ月に2-3回程度	そのまま食べても美味しいのはもちろん、 <mark>ワイ</mark> <u>ンと一緒も合うしカナッペ料理にも合うし</u> 抜群 に美味い。	デパートで試しに買ったのがきっかけでそれから 色々チーズを買うようになった。 このチーズはとにかくクセもなく飽きずに食べられ て値段も安価だし言う事なし。	5人	2.大好き	どちらかと言うとイタリアン系の料理ば でチーズを当てて頂いた時は嬉しかった		茨城県	女性	50-59歳	1人	いない	あり
10	2.大好き	c.1ヶ月に2-3回程度	<mark>どんな料理にもあう</mark> し、 <b>ひとつこれがあるだけ</b> <b>で豪華に</b> なるから	友達にだしたらやっぱり <b>オシャレねーって褒めても</b> <b>らえ</b> ました	5人	2.大好き	ひとり家庭用に小分けのものが欲しいで	ुं	群馬県	女性	40-49歳	3人	いない	あり
10	2.大好き	c.1ヶ月に2-3回程度	リーズナブルで結構ポピュラーなスーパーであれば手に入る。 れば手に入る。また量もちょうどいい。多いとすぐ傷んでしまうのですが、二日くらいで食べきれるのでわたしはとてもきにいってます。		2人	3.好き		_	千葉県	女性	体験	理解	交流	<b></b>

SnapDish実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例!

食品・調味料の熱 量高いファンを育て る「体験づくり」と は?

- 1. 基調トーク
- 2. 事例セッション
  - 1. 概要
  - 2. 評価
  - 3. ポイント
  - 4. 全体
- 3. ご紹介



- ①参加の敷居を下げるためのポイントは?
- ②店頭やSnapDish外とどう連携しましたか?
- ③営業さんや流通さんをどう巻き込みましたか?



## 【施策のポイント①】 参加の敷居をさげるためのポイントは?

#### オンラインチーズパーティー 2021-04-24(±)17:00-18:00



- オープニング
- ル・ルスティックブリーとは
- 白ガビチーズを知ろう!
- パリのスタッフと一緒にlet's eat
- ブリーのカンンタ組み合わせアレンジ
- フランス現地スタッフの食卓紹介
- ブリーを和風アレンジ
- 旬のベリーでブリーをアレンジ
- LIVEキッチンでフレンチトースト













### ダイジェスト動画

動画尺4分13秒



- ル・ルスティックブリーとは
- ル・ルスティックブリーの切り方
- ル・ルスティックブリーと食材の組み合わせ方
- ル・ルスティックブリーとワインの相性
- ル・ルスティックブリーのアレンジ方法
- SnapDishユーザーさんによるアレンジ紹介















## 【施策のポイント②】 店頭やSnapDish外との連携や、その評価は?





閲覧



#### 4分間のイベント 短尺動画を視聴







グリーン&ホワイトサラダ

#### 体験 理解

#### 動画の感想コメントで当たる!



交流

**Twitter** コメント





## 【施策のポイント③】

## ②営業さんや流通さんをどう巻き込みましたか? 「やったこと」や「その後の評価」を教えていただけますか?

営業・流通さん

体験

交流

シュ登録ユーザーの中から 元へディン ワイン、クルトを繰り広げ、ユーチュー とのキットを、ブリーチーズは、白カビ の食べ方などを見ながである。 アーブルに広が 一大の元祖と呼ばれる。 アンジやお酒との相性など と味わい方、ア 逆提案、驚きの祖女 アージーを紹介し、事前に参加者の一た。 アーブルーとを節のサラーズの上で、第200年に対 現地のチーズ売場の写真などを見なが 「一大のより」とは、第200年に対 現地のチーズ売場の写真などを見なが 「一大のより」とは、第200年に対 現地のチーズ売場の写真などを見なが 「一大のより、「一

----- メディアさん

(2021年5月13日)

SnapDish実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例!

食品・調味料の熱 量高いファンを育て る「体験づくり」と は?

- 1. 基調トーク
- 2. 事例セッション
  - 1. 概要
  - 2. 評価
  - 3. ポイント
  - 4. 全体
- 3. ご紹介



- ①施策全体の評価と、今後の展開はいかがですか?
- ②ぶっちゃけ「SnapDish」という場の評価はどうでしょう?

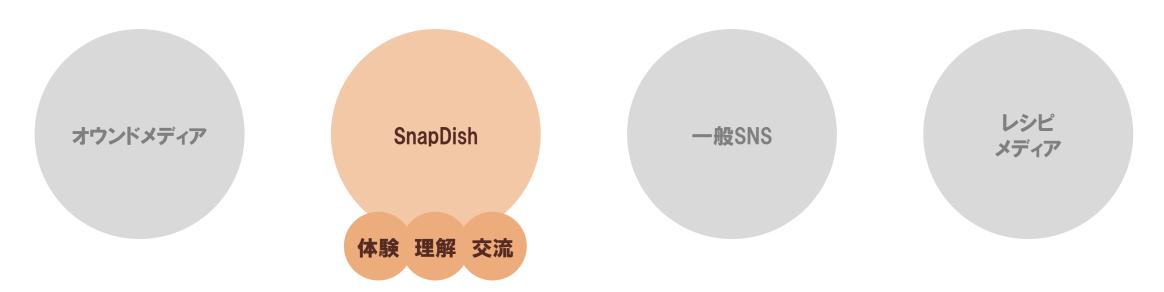


## 【全体を通して①】 施策全体の評価と、今後の展開はいかがですか?

出荷額や経営陣の反応は? 「ファンとの関係づくり」を今後どうしていく?



## 【全体を通して②】 ぶっちゃけ「SnapDish」という場の評価はどうでしょう?





# おさらい

## 【ファン化に不可欠な3要素】

①体験・②理解・③交流



# おさらい

ファンづくり

①体験・②理解・③交流

ファンの声を 基にした活動 商品企画

営業·販促

生活者コミュニケーション

マーケティング・意思決定





SnapDish実践メーカー様に聞くファンづくり最新事例!

食品・調味料の熱 量高いファンを育て る「体験づくり」と は?

- 1. 基調トーク
- 2. 事例セッション
  - 1. 概要
  - 2. 評価
  - 3. ポイント
  - 4. 全体
- 3. ご紹介



## 「SnapDish コアファン育成強化パッケージ」のご紹介



#### SnapDishの「オンライン体験づくり」パッケージ

東京	<b>デーリーさん</b>	the state of the s	続したファン 成を見据えて			
Ø	キャンペーン付き プラン	ベーシック プラン	コアファン育成強化 トライアルプラン			
価格(税別)	¥4,950,000 ↓ ¥4,700,000 <sup>※</sup>	¥3,650,000 ↓ ¥3,500,000 <sup>※</sup>	¥2,300,000 <sup>*</sup>			
オンライン体 <b>験</b> づくり内容 ( <sub>実施事項)</sub>	<ul> <li>オンライン体験イベント(Zoom・YouTubeを使用した双方向型)</li> <li>商品モニター300名</li> <li>事後アンケート</li> <li>ダイジェスト動画化</li> <li>Twitterコメント拡散キャンペーン</li> <li>※アテンションシールに関連する費用は含まれていません</li> </ul>	<ul> <li>オンライン体験イベント(Zoom・YouTubeを使用した双方向型)</li> <li>商品モニター300名</li> <li>事後アンケート</li> </ul>	<ul> <li>SnapDishファン度分析アンケート</li> <li>オンライン体験イベント(Zoom・YouTubeを使用した双方向型)</li> <li>商品モニター50名</li> </ul>			
成果 アウトプット	<ul> <li>施策レポート         投稿分析         投稿数・延ベリーチ数         定性:投稿分析         オンラインイベントレポート         事後アンケート結果(単純集計)</li> <li>オンラインイベントアーカイブ動画(URL)</li> <li>投稿二次利用画像20点</li> </ul>	<ul> <li>施策レポート     投稿分析     投稿数・延ベリーチ数     定性:投稿分析     オンラインイベントレポート     事後アンケート結果(単純集計)</li> <li>オンラインイベントアーカイブ動画(URL)</li> <li>投稿二次利用画像20点</li> </ul>	<ul> <li>トライアルレポート 投稿分析 投稿数・延ベリーチ数 オンラインイベントレポート</li> <li>・オンラインイベントアーカイブ動画(URL)</li> <li>・SnapDishファン度分析レポート</li> <li>・投稿二次利用画像10点</li> </ul>			
想定数値	<ul> <li>想定数値 再生数:1,000~5,000回 投稿数:160~600投稿、60万~210万のベリーチ (アプリ内) Twitterコメント数:1,000~3,000投稿、40万~ 99万のベリーチ</li> </ul>	<ul> <li>想定数値 再生数:500~3,000回 投稿数:160~600投稿、60万~210万のベリーチ (アプリ内)</li> </ul>	想定数値     再生数: 100~1,000回     投稿数: 40~100投稿、10万~50万のベリーチ     (アプリ内)			
準備期間	約8週間	約8週間	約10週間			

<sup>※</sup>価格にはグロス/ネットのメニューが含まれます。代理店様は直接お問い合わせください。 ※仕様や規定や、その他オプションメニューについては別途サービス資料をご覧くださ ※別途、モニター商品、体験キットの商品はご支給お願いします。キャンペーン賞品はご支給または実費が発生します。



#### ご検討タイミングの参考に

#### 本日の段階でのSnapDish、今後の「オンラインイベント」開催・ご検討中の予定

2021年12月
調整中
2022年6月





## 使いどころ

施策の方向性

体験・理解・交流

興味・親近感

メーカー様 の取り組み例



ファン



関心層











料理



# 質疑応答





# 本日はご参加いただき ありがとうございました!

Zoomの「退室」ボタンを押した後に ブラウザで立ち上がる アンケートにぜひお答えいただければ幸いです。





#### 会社概要





代表取締役 舟田 善

ヴァズは、2010年創業。

**インターネットサービスを事業の柱**としています。

創業者の舟田は、オン・ザ・エッヂ社にて堀江貴文氏の下、ウェブ事業担当 役員として**インターネット事業の成長を牽引**しました。

その後、仲間とともにシーサー株式会社を創業して**ブログ事業を国内 最大規模に**育てあげたのち、**自ら創業したのがヴァズ社**です。

生活者のくらしを変えるサービスとして、2011年に「**料理写真共有**サービス SnapDish (スナップディッシュ)」を公開したところ、
現在までに累計2,400万投稿、取引社数100を超え、各方面から高い評価を 得ています。

会社名: ヴァズ株式会社

住所:東京都武蔵野市御殿山1-5-6 NEST403 (本店所在地:東京都練馬区大泉町3-29-42)

設立: 2010年2月22日 資本金: 397,179,060円

従業員数: 9名(従業員兼務役員含む)





#### お申込・お問い合わせ





みんなと一緒にお料理体験

# SnapDish 料理力メラ

お申込、ご不明な点などございましたらお気軽にお問い合わせください。

ヴァズ株式会社 事業開発担当 阿部・堀部・奈良 〒180-0005 東京都武蔵野市御殿山 1 - 5 - 6 NEST 4 0 3

TEL/FAX 0422-24-6341

E-MAIL business@vuzz.com

ダウンロードがまだ の方はこちらから



