

2022年10月27日

店舗アプリを進化させるSDK「PROMOTAG™」提供開始 ー ラストワンメートルで購買率が向上するスマホアプリ強化ツール ー

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：樽谷 典洋、以下「電通」）は、Supership株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長CEO：大朝 毅、以下「Supership」）と共同開発した店舗アプリ向けSDK（Software Development Kit）※1「PROMOTAG™（プロモタグ™）※2」を本日より提供開始します。

<サービスロゴ>



昨今のキャッシュレス決済アプリの普及に伴い、店舗内でのスマートフォン利用が浸透しつつある一方、店舗アプリでのスタンプやクーポンなど販促ツールの活用や、アプリユーザーの利用実績をもとにしたマーケティング施策の実践に踏み切れていない流通企業が数多く存在します。その背景には、既存アプリへの追加コンテンツの実装や効果測定の難しさがあります。

こうした課題に対して電通は、ラストワンメートルの範囲に特化し来店者の購買率を向上させるコンテンツを実装し、流通企業の店舗アプリをデータマーケティングに活用できるアプリにカスタマイズするSDK「プロモタグ™」をSupershipと開発しました。

【プロモタグ™の特徴】

① アプリの活性化によるユーザー利用拡大

- ・スマートフォンをかざすだけで、アプリ利用を促進

スマートフォンを店舗入り口に設置された「非接触タッチセンサー」にかざしアプリを起動すると、対象店舗限定での店頭イベントページが表示され、スタンプやクーポンなどを受け取ることができます。

- ・ダウンロード数や新規会員獲得数の向上

ユーザーをアプリストアへと誘導し新規会員登録を促したり、利用頻度の少ないユーザーに対してアプリの利用再開を促進したり、利用状況に応じたアプローチが可能になります。

- ・アプリユーザーの定着率向上

体験型キャンペーンやコンテンツによるアプリ起動の促進や、ユーザー負担を減らした案内表示などにより、顧客体験を妨げない導線を設計し、アプリユーザーの定着率向上を実現します。

② アプリを活用した接客の高度化

- ・ユーザーの行動データを活用したマーケティング

個人情報を持たない形で把握したユーザーの行動データを興味や関心でクラスター化し、購買（POS）データと連携させることで、店舗やアプリ上での接客や顧客関係管理（CRM）を高度化します。行動データに基づき、柔軟にコンテンツを配信し継続利用を促します。

- ・BluetoothやWi-Fiなど既存店舗内デバイスの有効活用

来店時にアプリが起動する導線を設計し、BluetoothやWi-Fiなど店舗に導入されている通信技術とアプリを連動させる環境を構築します。これにより、既存デバイスを有効活用できます。

- ・店舗環境に合わせたユーザーへの商品情報発信

店舗のビーコン^{※3}を活用することで、商品棚ごとに異なる情報を的確に発信することができます。来店時にアプリが起動しユーザーを認識することで、案内付き導線も表示され、商品情報も充実し、デジタル接客の強化につながります。

③ データを活用した広告事業の収益化

「プロモタグ[™]」を組み込むだけで、店舗アプリにID指定配信やID除外配信などのターゲティング機能が実装できるため、より高度な広告運用が可能になります。広告やクーポン、アンケートの配信、プッシュ通知などを媒体メニューとして販売し、広告事業による収益化が見込めます。また、ユーザー許諾を得てIDを外部メディアによる広告配信に活用することも可能です。

<「プロモタグ™」概要>



電通は、今後も「プロモタグ™」をはじめとする技術提供を通じ、継続的なデータ活用を見据えたサービス開発や機能追加に取り組み、接客の高度化・強化による顧客企業の売り上げ拡大に貢献してまいります。

- ※1 ソフトウェア開発キット。既存のアプリに実装することで開発工数を大幅に削減することが可能。
- ※2 特許取得済み。
- ※3 Bluetoothの電波を活用した通信技術。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報オフィス 広報部

松島、李、抱井

ソリューションクリエイションセンター 育成・広報・ナレッジ推進部

鈴木、山田

Email : koho@dentsu.co.jp

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通 データマーケティングセンター

宮前、柴田、新田

Email : promotag@dentsu.co.jp