

## メキシコにおけるソーシャルメディアキャンペーンの価値

あなたはブランドファイナンスで新たなローテーションを開始し、メキシコにおける食品カテゴリーのベン&ジェリーズのビジネスパートナーとなりました。マーケティングマネジャーは、新製品であるピーナッツバターゼリーアイスクリームの宣伝に、Twitter と Facebook で斬新なソーシャルメディアキャンペーンを試験的に行っています。

このプロモーションは、ベン&ジェリーズを食べている自分の写真をアップロードしてくれたらアイスクリーム 1 カップを 10%オフで提供というものです。最優秀賞に選ばれた写真は、最新の市場動向に沿った広告キャンペーンに将来起用されます。割引券は全国のスーパーで使用可能です。

ソーシャルメディアでのマーケティングキャンペーンが経済的観点から有効かどうかについては意見が分かれています。両ソーシャルメディアでのキャンペーンは 1 週間を経過し、終了するか 1 カ月間続行するか選択を迫られているところです。マーケティング部門は財務ビジネスパートナーのあなたに、1 カ月続けるとしたらどちらのキャンペーンが最高の投資利益を生む可能性が高いかを助言してもらいたいと言っています。

## メール

---

宛先: 貴殿/貴女

送信者: グスタフ、メキシコマーケティングマネジャー

件名: ソーシャルメディアキャンペーンの検討について

ベン&ジェリーズのチームによろこそ！

本日は新製品『ピーナツバターゼリー』味のソーシャルメディアキャンペーンについて、取り急ぎご意見を伺いたくご連絡しています。何としても成功させたいのですが、第1週では思うような結果を出せませんでした。報告書にありますとおり、続行か終了かを決めかねる結果となっております。ご意見をお聞かせ願えますでしょうか。よろしく願いいたします。

カール グスタフ

追伸：ROIの算出とソーシャルメディアでの広告に関する不確実性と課題について、信頼性の高いマーケティングブログがいくつかポイントを挙げていましたので引用しました。ご参照ください。

- ソーシャルメディアでの活動のROI はとらえどころがなく、成功例のケーススタディが乏しいうえ、複数業界に共通する結論を出すのは困難。
- イベント企画会社のEventbriteは、当該事業に平均してどれだけの金額をもたらしたかという観点から、ソーシャルメディアでのシェアに収益値を付けることは可能と主張。Facebook ではシェアごとに平均\$3.60 がチケット売上総額に追加され、Twitter では\$2.90 だった。
- アメリカでは、インターネット上の著名人によるTikTokへの動画の投稿が新製品ブランドに売上をもたらしている。統計途中ではあるが、およそ1000人に1-2人がTikTok経由で購入している。今日ではTikTokは7億4000万回ダウンロードされ、WhatsAppに次いで2番目である。
- Pinterestによれば、「ピン」ごとに平均78セントの売り上げとなり、2回アクセスがあれば会社のホームページへのアクセスにつながるという。Pinterestユーザーの21%が「ピン」や「リピン」、「いいね」をした後に商品を店舗で購入しているという。
- P & Gは、ソーシャルメディアでの活動が商品の売り上げに直結することを確認したという。



カール グスタフ

マーケティングマネジャー、アイスクリーム

## これまでのソーシャルメディアキャンペーンに関する統計

12か月で市場シェアを7%増加

市場シェア (%) - 動向

Q1: 10.3

Q2: 11.4

Q3: 11.2

Q4: 11.6

マーケティング予算構成

店舗 65%

オンライン 35%

1 \$ = 109 ¥ / 1 ¥ = 0.0092 \$

## ICE CREAM MARKET SHARE MEXICO



	Facebook \$	Twitter \$
プロモーション期間	1 March – 1 April	3 March – 3 April
バナー広告月額	9,000	9,500
デザイン費用	1,500	1,300
10%割引の数値	0.38	0.38
割引コスト	1,292	1,444
製品利益率	25%	25%
売上数	3,400	3,800
売上収益	12,920	14,440
売上増加率実績（予測）	5.2% (4%)	8.8% (4%)
市場シェア伸び率実績（予測）	1.2 (0.9%)	1.4% (0.9%)
トラフィック量 - ユニークビジター数	9500	8700
売上につながったアクセスの割合	35.7%	43.6%
Facebook「いいね」 / Twitter フォロワー につながった割合	34%	48%
売上総利益	3230	3610
キャンペーンコスト	5042	5119
マーケティング予算総額に占める投資率	5.04%	5.1%
投資利益率ROI (%) (売上総利益- キャンペーンコスト/キャンペーンコスト x 100)		