



Facebookクーポン

お得な情報を提供してビジネスを拡大

Facebookでは、ビジネスが顧客と共有し、つながり、関わるができるように、より豊かな利用体験を実現するための方法を日々模索しています。現在、ビジネスユーザーは、ファンページやFacebook広告、そして最も最近ではFacebookスポット(Facebook上で「チェックイン」することにより、お店の物理的所在地を訪れたという情報を共有する機能)を通じて顧客と交流することができます。

これに加えて、Facebookクーポンという新しい機能を利用できるようになりました。クーポンを提供すれば、顧客がFacebookでお店にチェックインすることによりお得な情報を入手できるようになります。これにより、お店の認知度を向上させ、来店を促し、リピーターの獲得につながります。クーポンはビジネスと人を結びつけ、クチコミの効果も期待できます。今なら、クーポンは無料で作成することができます。利用方法については、以下の説明をお読みください。

注: クーポンは現在ベータ版であり、オーナー承認を受けた一部のスポットでのみ提供可能です。本機能、本機能の提供範囲、価格設定は、今後変更される可能性があります。

クーポンのもたらす価値

クーポンを利用すれば、お店の宣伝になるだけでなく、新規顧客を読み込んだり、リピーター客を獲得することができます。



顧客の獲得

Facebook モバイルの2億人以上のアクティブユーザーが街に出かけて、周囲で何が起こっているのか見つけようとしています。ユーザーが近くにいると携帯電話にクーポンが表示されるため、クーポンを提供することでお店の露出度が上がり、新規および既存の顧客とつながりになることができます。近くにいる人がお店に立ち寄り、購入したくなるような動機付けを用意しましょう。



クチコミによる宣伝効果

クチコミの力を活用しましょう。Facebookユーザーには平均130人の友達があります。クーポンを提供しているお店に誰かがチェックインすると、その人の友達は、Facebookサイトに掲載される記事を通じてそのことを知り、自分も同じお店に行ってみたいと感じるかもしれません。クーポンは、みんなで購入してみんなで節約したい、というユーザーの要望に応える機能として登場しました。



リピーターの獲得

Facebookユーザーは1か月に平均28回サイトにアクセスし、常に新しい情報を探し求めています。リピート率の高い顧客との関係構築に取り組みましょう。リピーター顧客はお店をよく利用するだけでなく、周囲の人の購入判断にも影響を与えます。ユーザーが何度も来店し、その度に新たなお得情報が利用できるようにしましょう。

4種類のクーポン

お店のニーズに合わせて、4種類のクーポンが作成可能です。クーポンを作成する前に、目的は何かを考えてください。クーポンの種類に関係なく、顧客に大きな価値を提供するようにします。価値の高いクーポンは多くの人の話題に上り、このクチコミ効果がFacebook内外にすばやく広がります。



一人用クーポン

1回限りのクーポンを提供する場合は、一人用クーポンを作成します。このタイプのクーポンは、新規顧客と既存顧客の両方に提供できます。新製品の発売、購入特典の提供、過剰在庫の処分のほか、単純に来店客数のアップなどに利用できます。



ポイントクーポン

リピート率の高い顧客に特典を提供することが目的の場合は、ポイントクーポンを作成します。ポイントクーポンは、チェックイン回数が一定数に達すると、利用可能になります。チェックイン回数には必要に応じて指定します。条件となるチェックイン回数は、2~20回の範囲で設定できます。



グループ用クーポン

購入、ショッピング、食事は誰かと一緒にすることも多いでしょう。クーポンを複数の人に提供するには、グループ用クーポンを作成します。グループ用クーポンでは、一緒にチェックインした人最大8人にクーポンを提供できます。顧客がグループ用クーポンを利用するには、友達や家族にクーポンのことを知らせることになるため、お店の露出度をさらに上げることができます。



チャリティクーポン

チャリティへの賛同を通じて、収益だけを問題にしていないことをアピールしましょう。チャリティクーポンを作成すると、顧客がクーポンを利用するたびに、指定のチャリティに寄付が行われます。これは、コミュニティに利益を還元するための素晴らしい方法です。寄付のプロセスはお店の方に管理していただくことになりますので、ご了承ください。

クーポンの作成

クーポンを作成するには、www.facebook.comでお店のFacebookスポットまたは本店(本社)のファンページにアクセスします。

ステップ1:

クーポンの種類を選択します

ステップ2:

提供内容を指定します

ステップ3:

実施期間と条件を指定します

クーポンはすべて審査を受ける必要がありますので、開始日時から少なくとも48時間前までに作成するようにしてください。顧客がクーポンに気づき、利用してもらえるよう、実施期間は1週間以上とすることをおすすめします。

ステップ4:

クーポンをプッシュします

クーポンが承認されたら、支店にもプッシュします。これにより、チェーンのすべての店舗で同じクーポンを提供できます。

ステップ5:

クーポンを宣伝します

クーポンが承認されたら、ファンページに近況アップデートを投稿したり、Facebook広告を掲載したりして宣伝を開始します。広告を掲載する場合は、地域のユーザーをターゲットに設定し、広告をメインのファンページにリンクしてください。

クーポンの種類を選択:

- 一人用クーポン**
お店にチェックインする個人顧客にお得な情報を提供しましょう。ディスカウントや購入者へのギフトなどに最適です。
- グループ用クーポン**
友達同士と一緒にチェックインすると利用できるグループ用クーポンで、さらに大きなクチコミ効果を狙いましょう。
- ポイントクーポン**
お店に一定回数チェックインすると利用できる、ポイントカードと同様のクーポンを提供して、リピーター顧客を獲得しましょう。
- チャリティクーポン**
顧客がチェックインすると、指定したチャリティに寄付が実行されます。

提供内容を指定:

クーポンの概要:
50文字以内。

利用方法:
100文字以内。

詳細と条件を追加:

開始日時:

終了日時:

最大利用数: 100
 無制限

複数回利用: 1人当たり24時間に1回のみ利用可能
 1人1回のみ利用可能

[クーポンを作成]ボタンをクリックすることにより、Facebook利用規約およびFacebook広告ガイドラインやその他のFacebookポリシーに同意することになります。
ご意見・ご提案: [こちらからお送りください。](#)

注: クーポン製品の不適切な使用があった場合、クーポンが非承認となったり、削除されることがあります。クーポンの提出後、クーポンの開始日時と終了日時、クーポンを実施するための重要な次のステップが記載されたメッセージをお送りします。後述のクーポンの準備に関するガイドラインもご覧ください。

推奨事項

顧客が利用したいと思うような、高価値かつ有用なクーポンを作成しましょう。以下のヒントを参考にしてください。

顧客に大きな価値を提供する

魅力的なクーポンはより多くの顧客を呼び込みます。こうしたクーポンでよく提供されるのは、10~50%の割引や、購入特典(顧客の購入価格と同等またはそれ以上の価値)などです。

簡潔な宣伝文句で関心を集める

回りくどいタイトルや説明は効果的ではありません。短く、簡潔な言葉でクーポンを説明しましょう。すべての制限事項に言及し、クーポンの利用条件や有効期限を記載するようにしてください。クーポンの内容がすばやくわかればわかるほど、お店を訪れて購入する時間が増えます。

タイトルの例:

- ▶ 1000円以上のお買い上げで2割引
- ▶ 1個買うと、もう1個進呈
- ▶ 友達3人とチェックインすると、前菜どれでも3割引

クーポンの利用方法の説明例:

- ▶ クーポンをウェイターにご提示ください
- ▶ 携帯電話の画面をレジで提示してください

Facebookクーポンの準備ガイドラインを参考にする

リピーター顧客を獲得するには、顧客がクーポンを快適に利用できるようにすることが重要です。クーポンを実施する前に、準備を整えて従業員と共に詳細を確認しておきます。後述の準備に関するガイドラインをご参考にしてください。

クーポンの鮮度とクーポンの提供数に注意する

実施期間が長すぎるクーポンは、新鮮味がなくなり、いつでも利用できると思われて購入動機につながらなくなる可能性があります。さらに、クーポンの提供数にも注意してください。同時に提供するクーポンの数が多すぎると、従業員や顧客を混乱させることになりかねません。

クーポン実施のための準備

クーポン利用で高い顧客満足度を達成するための7つのステップを次に示します。

1

サポートを確認する
従業員に次の点について確認しておきます。

- ▶ クーポンに関する基本情報。クーポンの実施期間、提供するクーポンの数、クーポンの有効期限について従業員に伝えます。
- ▶ 対象の製品/サービス。クーポンの提供内容を明確にします(5000円以上のお買い上げで1袋差し上げます、マッサージをご購入の方にマニキュア無料サービス、など)。
- ▶ 供給量。クーポンにより発生する需要を満たせる数量を用意しておきます。
- ▶ 利用条件。クーポンの制限や規則について確認しておきます。
- ▶ クーポン利用を記録するための明確なプロセス。顧客は、携帯電話の画面を提示することでクーポンを利用します。利用されたクーポンを記録する方法を従業員に伝えておいてください。たとえば、利用されたクーポン番号を一覧から消去することで利用状況を追跡する、といった方法があります。

2

先手を打つ
面倒な事態が発生するのを待つのではなく、先手を打って対処するようにします。たとえば、すべてのクーポンが利用されたり、クーポンの有効期限が切れた場合は、まだ利用していないユーザーにクーポンが表示されないようにします。ユーザーが店舗を訪れて、友達に聞いたと言ってクーポンについて尋ねてきた場合、有効期限が切れていてもクーポンの利用を継続するべきでしょうか。こうした状況において従業員がどう対処すべきかを明確にしておいてください。

3

Facebookスポットまたはファンページのコンテンツを作成する
クーポンを実施すると、顧客はFacebookでお店を検索し、Facebookスポットやファンページとつながりになる可能性があります。Facebookファンページやスポットにコンテンツを追加しましょう。ビジネスの基本情報を入力し、写真のアップロード、近況アップデートの投稿を行って顧客と交流します。ファンページのインサイトを使用して、顧客について深く知ることができます。

4

顧客の立場で利用してみる
クーポンを自分で利用してみたとき、その利用体験はどうでしょうか。顧客の利用体験を確認してみてください。iPhone用Facebookアプリケーションまたはスマートフォンからtouch.facebook.comにアクセスして、チェックインします。

5

スタッフを適切に配置する

7000円以上の買い物で無料プレゼントを提供するといった場合、このクーポンを持って来店する客数の予測を立てます。来店客が増加したときに投入できるように、十分な数のスタッフを準備しておきましょう。

6

事前準備を周到にする

複数の店舗でクーポンを実施する場合は、事前計画をさらに周到に行う必要があります。個々のFacebookスポットに対して同じクーポンを作成する必要があるからです。また、事前準備を行うことで、さまざまな店舗と従業員に対して、サポートや利用条件について適切なコミュニケーションを取ることができます。

注： 店舗所在地が数百カ所にわたる場合は、Facebookアカウントマネージャにご相談ください。広範囲でクーポンを実施するお手伝いができるかもしれません。店舗所在地が数カ所の場合のみは、各店舗のFacebookスポット上でクーポンを個別に作成してください。

7

クーポンを宣伝する

ファンページやスポットを持っている場合は、近況をアップデートしてユーザーにクーポンのことを伝えます。クーポンについてFacebook広告を掲載する場合は、ユーザーをリンクでファンページまたはFacebookスポットに誘導し、重要なポイントをタイトルと本文で強調します。また、広告のターゲットを必ず正しい地域のユーザーに設定するようにします。