

3²products Co.Ltd.12th

We are in our 12th year as a general influencer casting agency.

インフルエンサーマーケティングキャスティング



一般インフルエンサーに特化した、12期目のマーケティング支援会社です。
累計取引企業**200**社、施策商品**1,000**件以上、キャスティング**100,000**人の実績・ノウハウでご支援させていただきます。

<支援実績 一部>

順不同・敬称略

- ・ P&G株式会社
- ・ 新日本製薬株式会社
- ・ 株式会社ニールズヤードレメディース
- ・ ザボディショップジャパン株式会社
- ・ アンド・ナイン株式会社
- ・ マルマンH&B株式会社
- ・ UUUM株式会
- ・ C Channel株式会社
- ・ 株式会社マガジンハウス
- ・ コンビ株式会社
- ・ 統一超商東京マーケティング株式会社
- ・ 株式会社リベルタ
- ・ 株式会社エリザベス
- ・ 株式会社アクシージア
- ・ TBCグループ株式会社
- ・ コスメテックスローランド株式会社
- ・ インターコスメ株式会社
- ・ 株式会社クレア
- ・ 株式会社ビービーラボラトリーズ
- ・ 株式会社シズカニューヨーク
- ・ 株式会社多田
- ・ 株式会社かならぼ
- ・ 株式会社イシュア
- ・ 株式会社ミス・パリ
- ・ 株式会社Dr.高須英津子コスメ
- ・ 株式会社アリミノ
- ・ 株式会社ウテナ
- ・ 株式会社オージオ
- ・ DASHING DIVA JAPAN株式会社
- ・ 株式会社大広
- ・ 株式会社ブリリアージュ
- ・ スタージュ株式会社
- ・ 株式会社黒龍堂
- ・ レディーメイト株式会社
- ・ 株式会社アグレックス
- ・ 株式会社ドクターケイ
- ・ 株式会社マートブル
- ・ 株式会社ハンズ
- ・ ジェイピーエスラボ株式会社
- ・ 株式会社ユイット・ラボラトリーズ
- ・ Remain in株式会社
- ・ 銀座ステファニー化粧品
- ・ 日華化学株式会社
- ・ ロゼット株式会社
- ・ 株式会社ハイサイド・コーポレーション

- 日用品の認知・売上を上げたいが中々上手くいかない
- 広告を行っているが、中々効果が上がらず、原因を探したい
- 今までギフトティングでSNSへの拡散を行っていたが、法改正により同じ手法では通用しなくなり困っている
- 法律の改正でも安心できるサービスを探している

上記のようなお悩みを解決したい
ご責任者様、代理店様。
一度弊社のサービスを使用してみませんか？

10年以上様々な消費者の行動データを分析している弊社。
令和最新の消費者の日用品の購買に影響する行動を
最もわかりやすくお伝えすると

- 1日約**136分**はスマホで検索・SNSを使用
- お試しきっかけで、購入するつもりがなかった商品の購入経験は **7割以上**
- 商品購入前に検索やSNSでレビューを見ながら購入を決める人が **9割以上**
- 「**本人の言葉**で語られているか」「PRなのか」「**レビュー総数**」が重要

つまり、お試し&リアルなレビュー情報の獲得が出来れば、
御社の販促・営業・商品開発は効果的になります。
御社の現状はいかがでしょうか？

企業（商品）と、消費者を一般インフルエンサーのレビューでつなぐインフルエンサーマーケティングサービスをご提供します。



弊社ネットワークの会員サイトで、商品をトライアルしたい方を募り、選定。
商品を使用した付度なしのアンケートを集計し、Excelデータを御社に納品で施策完了。
※任意で自身が得意なSNSで拡散していただけます。



特長① 調査対象者が他社とひと味違う

使用経験からの購入経験は**70%超!**

弊社サービスでは、普段から様々な商品を使ったり、体験した感想をSNSでわざわざ発信している感度の高い女性に使用&試用してもらいます。平均1,000名以上のファンがいる一般インフルエンサーとも呼べる人たちに、発信内容やリサーチを行う事で、より感度の高い結果を得やすくなります。

是非、使用&試用経験をきっかけに、見込み顧客を増やしましょう。



特長② 忖度なしのこだわりリサーチ (自信のない商品の場合おすすめできません)

- ・御社内では当たり前になっていて気づけない消費者の気持ち
- ・商品を買ったお客様からは聞くことが出来ない、喜んだり失望した理由
メーカー様には中々届き難いです。

弊社の調査では忖度なしのガチンコ回答をしないと、アンケートの報酬対象にならない運用で、リアルな声をお届けいたします。

Step1 事前リサーチ 事前の認知状態・購買導線への質問

Step2 ネットで見ただけではなく、実際に商品を試用

※漠然としたイメージではなく「実際に商品を使用してもらう」形式。
商品の認知前や、イメージとのギャップがどこにあったのかという情報を得ることが出来るため、商品の感想や購入意向などを様々な視点でリアルな声を聴くことが出来ます

Step3 忖度なしで悪い点を必ず回答

必須回答の項目に、悪い点や、リピート購入をするか、もしオススメするならどんな人かといった設問を入れる事で、本当の商品評価を御社にお届けします。

生のデータを次の営業・商品開発に活かしていただくことで御社の拡大に寄与します



特長③ 任意でSNSに拡散

感度の高い一般インフルエンサーたちが、気に入った商品は任意でSNSに拡散してくれるケースがあります。

普段から日用品の体験を求めている彼女たちは、裏を返せば体験を発信するコンテンツを常に探しています。

御社の新作商品や人気商品の価値を感じてくれることが出来れば 得意のSNSやクチコミメディアでの拡散をしてくれるかもしれません。
この場合、任意レビューとなる為、景品表示法や薬事法の範囲外となり、表記やチェックという対応は不要になります。

※投稿指示をした場合は必要

消費者が重視する

「本人の言葉で語られている」「実際の体験に基づいた内容になっている」
レビューが拡散される可能性があります

| 項目/目的 | コストをかけずにレビュー拡散したい | 確実にレビュー拡散をしたい | | 消費者の生データを活かしつつ、任意でレビュー拡散を期待したい |
|-----------|-------------------|---------------|----------|--------------------------------|
| 会社 | 自社企画 | ギフトینگ・サンプリング | | 一般インフルエンサーsurvey |
| 運用 | 自社 | 自社 | 外注先 | 他社 |
| 景品表示法対応 | 自社 | 自社 | 自社 | 不要 |
| 薬事法対応 | 自社 | 自社 | 自社 | 不要 |
| SNSポリシー対応 | 自社 | 自社 | 自社 | 不要 |
| 炎上対策 | 自社 | 自社 | 自社 | 不要 |
| レビュー拡散の質 | ×～△ | ○ | △～◎ | ◎ |
| レビュー拡散率 | × | △～○ | ◎ | △ |
| 価格 | 低 | 低 | 中～高 | 中～高 |
| 備考 | 自社のノウハウ次第 | 自社の運用ノウハウ次第 | 外注先選定力次第 | 創業10年間炎上なし |

| | MS型 | M型 | ギフトイング |
|-----------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|
| 特長 | 商品を購入してまで 商品を試用したい | 新しい商品を無料で 試用したい | 新しい商品を無料で 試用し、SNSに発信したい |
| 掲載・告知 | 会員サイトでの告知、メール | | |
| レビュー | 任意 | 任意 | 必須 |
| 報酬 | アンケート回答への謝礼 | | 商品 |
| Surveyデータ | ◎ | ○ | △ |
| 内容の指示 | 不可 | | |
| PR表記 | 不要 | | 必要 |
| 薬事チェック | 不要 | | 必要 |
| 料金目安 | 運用費 + 9,900円/名～ | 運用費 + 3,000円/名～ | |



お問い合わせお待ちしております！

3²products

お問い合わせはこちら



社名： 株式会社スリーツープロダクツ
住所： 東京都港区六本木7-21-24
事業： インフルエンサーマーケティング
担当： 太和田（タワダ）、片桐
電話： 03-5775-5624
Mail： mk@32products.com