

3²products

インフルエンサーキャスティングサービス

SURVEY事例集

こんなお悩みありませんか？

- ① 商品の認知・売上の伸ばし方がわからない
- ② 自社の規模感で販促施策を行うことに躊躇している
- ③ 初めての販促でうまくいくか不安



その悩み、弊社サービスで解決します

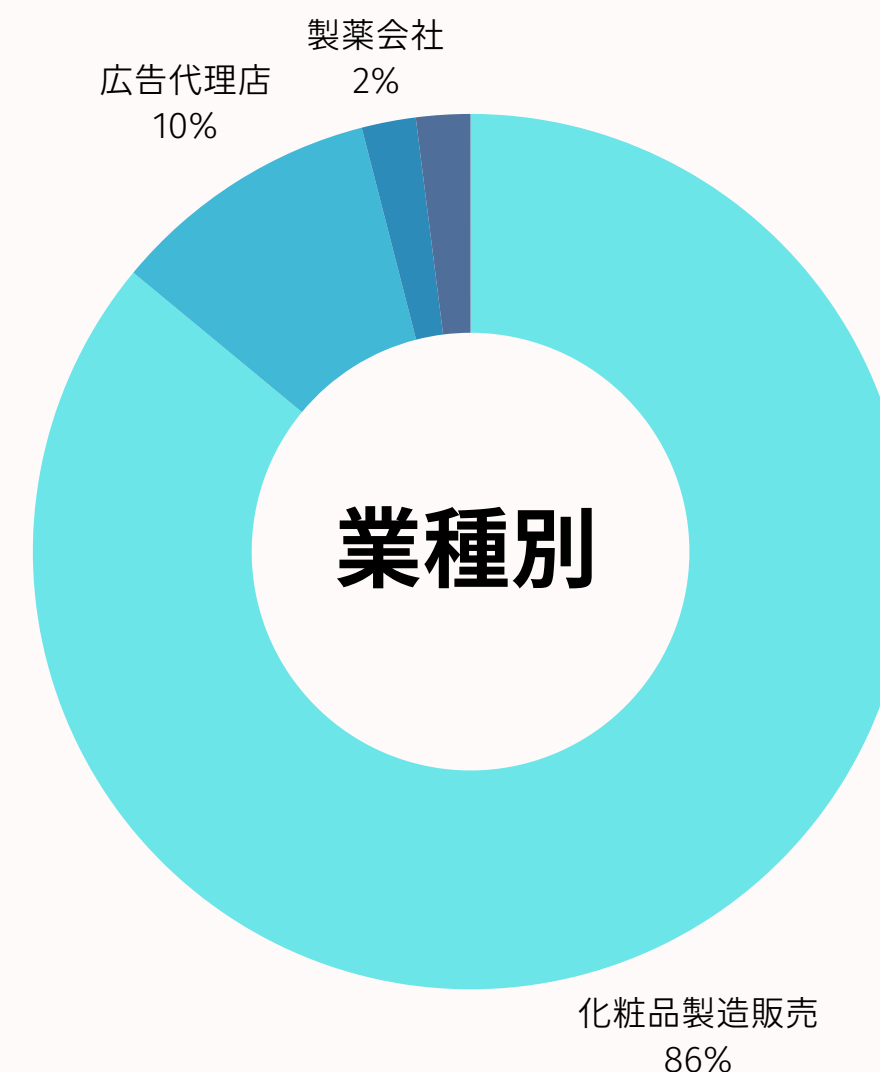
今回、販促に役立つ事例をご紹介します

豊富な実績

弊社は美容業界に特化し、14年間で延べ
250社以上、2,000件を超える販促施策を支援してまいりました。
お取引企業様は**化粧品メーカー・広告代理店が全体の96%**を占めており
美容領域における確かなノウハウを蓄積しております。

本資料では、その中から特に参考にしていただきやすい
スキンケア商品の販促事例を厳選してご紹介します。
また、小規模事業者様や初めて販促に取り組まれる企業様の成功事例も
含めておりますので、幅広い業態の皆様にお役立ていただけます。

これまでに解決してきた数多くの実績をもとに、貴社の販促活動に役立つ
具体的なヒントをご覧ください。



従業員10名以下！ 初めての販促施策

予算を抑えて成果の出た メーカー様の事例2選

導入事例①

会社名：K社様 ジャンル：クレンジング

初めての販促で商品の使用感、デザインが刺さり
約3,000万の売上に繋がった



施策前

WEB卸とバラエティショップを
チャンネルとした新しいクレンジング商品を
リリース。
予算は少ないが商品に自信があるので
良い販促を探している。



実施内容

弊社独自のキャスティングを行い
SNSとコスメ系クチコミ・メディアへの
任意拡散を行った。



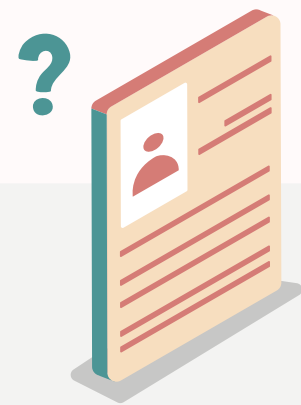
結果

商品の使用感に対する評価が高く
全体的に高評価という結果になり
施策後に初期ロットが完売、追加生産と
欠品を繰り返す形となった。
現在は**平均月販5,000個**まで伸びており継
続的に施策を実施している。

導入事例②

会社名：D社様 ジャンル：美容液

SNS・インフルエンサーを活用した初めての施策で
売上が3倍以上に増える



施策前

これまで販促をしたことが無いが
同ジャンルの製品も増えてきており
このままだと埋もれてしまうので
認知度を上げて行きたいとの事。
特に拡散される情報の質は重要と考える。



実施内容

弊社のインフルエンサーキャスティングを
使い質の高い情報拡散を行った。



結果

ECサイトの売上伸びており施策実施前と
比べ3倍以上になった。
美容メディアでも話題に繋がり
2位のアワード受賞に繋がった

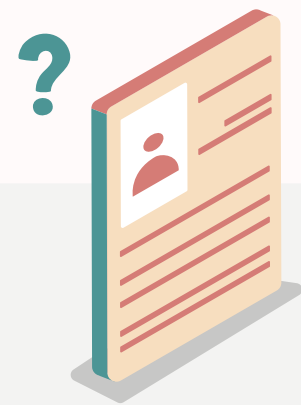
目的に合わせて

インフルエンサーを効率 良く活用した事例3選

導入事例①

会社名：S社様 ジャンル：クレンジング

新シリーズ発売に併せてインフルエンサーをキャスティング
再購入希望者が約90%の高評価により国内シェア2位の推進力になる



施策前

小売店に展開する新シリーズの発売に併せて、商品使用者の声を集めて店頭で活用したいとの事。



実施内容

弊社で実際に商品を使用したいというインフルエンサーを募集して実際に商品を使用・その評価結果の集計を行った。



結果

9割のインフルエンサーが再度購入したいと回答、商品評価も高く、任意ではあるがSNS・コスメ系クチコミメディアにも情報が拡散されたことで話題となり美容媒体でもアワードを受賞。現在国内シェア2位まで伸びている。

導入事例②

会社名：B社様 ジャンル：ボディケア

競合と比較した時にUGCが少なく埋もれてしまうのが悩み
ブランド全体に対するUGCの獲得出来た事で美容メディアでの
アワード受賞に繋がる



施策前

競合と比較してUGCが少ないのが悩み
自然にUGCは増えて行かないので
対策が必要と施策を検討していた



実施内容

商品のリニューアルに併せて弊社独自の
UGC施策を実施。
任意ではあるがSNS・コスメ系クチコミ
メディアにUGCが増えていった。



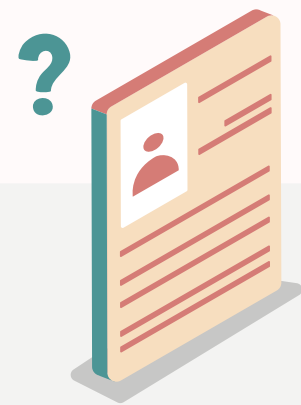
結果

SNS上でも高評価だった結果
美容メディアでのアワードを受賞につながる。
店頭スタッフもSNSの情報などを元に
接客をしやすいという声も上がっている。
今後も継続的にUGCの獲得をして行く。

導入事例③

会社名：T社様 ジャンル：シートマスク

国外コスメの勢いに負けない様に認知度向上を狙う
施策実施後に2021年の**上半期ベストコスメ受賞**に繋がる



施策前

主力のシートマスクが韓国コスメの
人気に押され徐々に売上が下がってき
ているのが悩み。
新商品をリリースするタイミングで
情報の拡散を行い、人気シリーズとして
の復活をしたい。



実施内容

弊社でSNS・コスメ系クチコミメディアへの
情報拡散がされるサービスを実施



結果

消費者目線で拡散される情報の質が良く
結果として美容メディアでの
ベストコスメアワードを受賞。
競合商品と比べて頭一つ抜ける事が出来た為
今後も継続的な情報拡散を行い
人気の状態を維持していく。



成果を出したサービスとは



“本音の声”が、購買を動かす

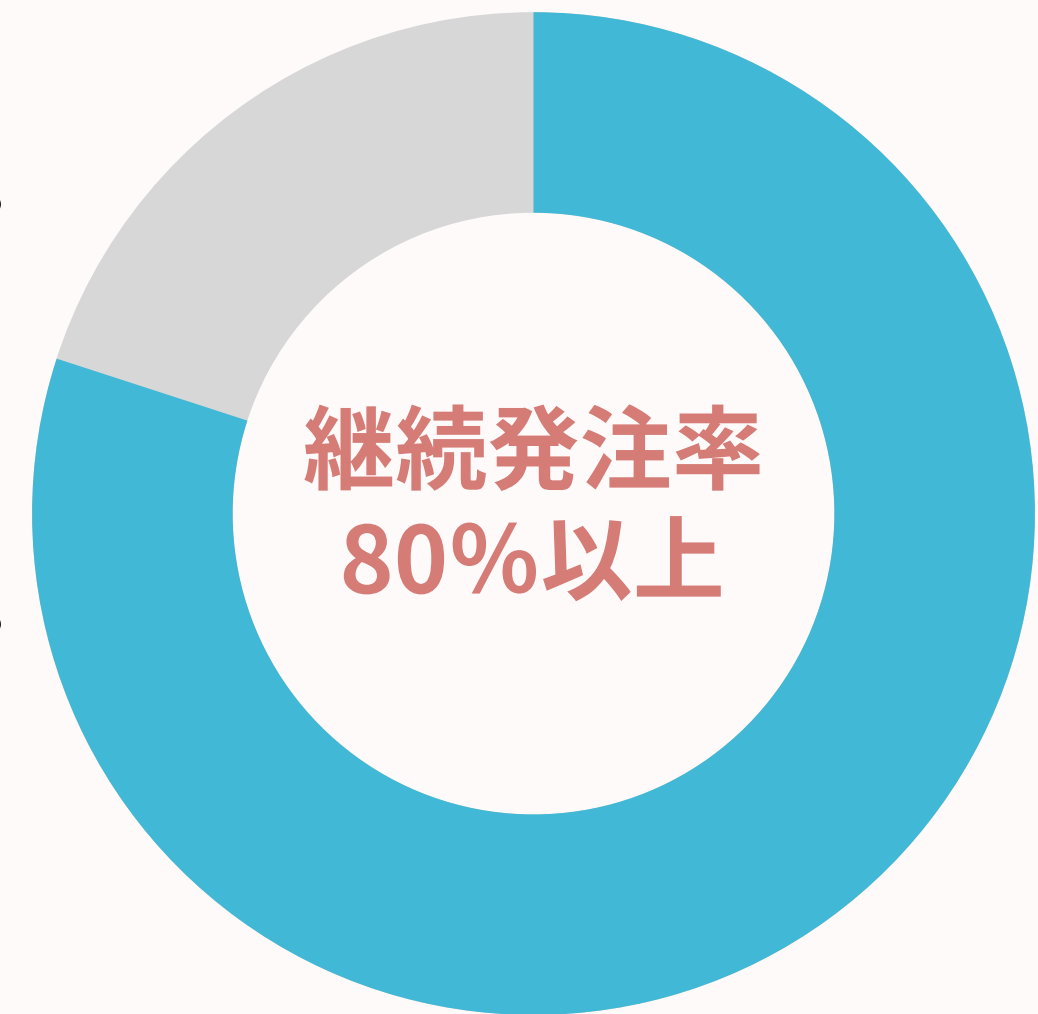
インフルエンサーキャスティングサービス「Survey」

弊社が抱える**5,000名**の**美容好きインフルエンサー**が、興味を持った商品を自ら**購入・使用し、アンケートに回答**。御社の商品をリアルな視点で評価します。

そのうえで「**本当に気に入った商品**」だけを**任意で発信**するため
広がるのは熱量の高い本音の声です。
だからこそ**PR表記は不要**。
まるで友人からのおすすめのように、信頼される投稿が自然に拡散していきます。

さらに、**10年**以上にわたり積み重ねてきた支援事例をもとに
成果につながる「**外さない運用**」をご提供。
弁護士監修・消費者庁確認済みの安心体制を整えているため、法令面でも
安心してご利用いただけます。

御社の商品が、多くのファンに愛されるきっかけをつくる——
そのお手伝いをさせていただきます。



Surveyのメリット

Point01

感度の高い方へのトライアルアプローチができる（見込み顧客獲得）

※一般の方より毎日アンテナを立てて生活し、商品に評価への情熱が強い

Point02

忖度のない商品評価を得られる（商品開発）

※ガチのほう为消费者の好意度がUPする

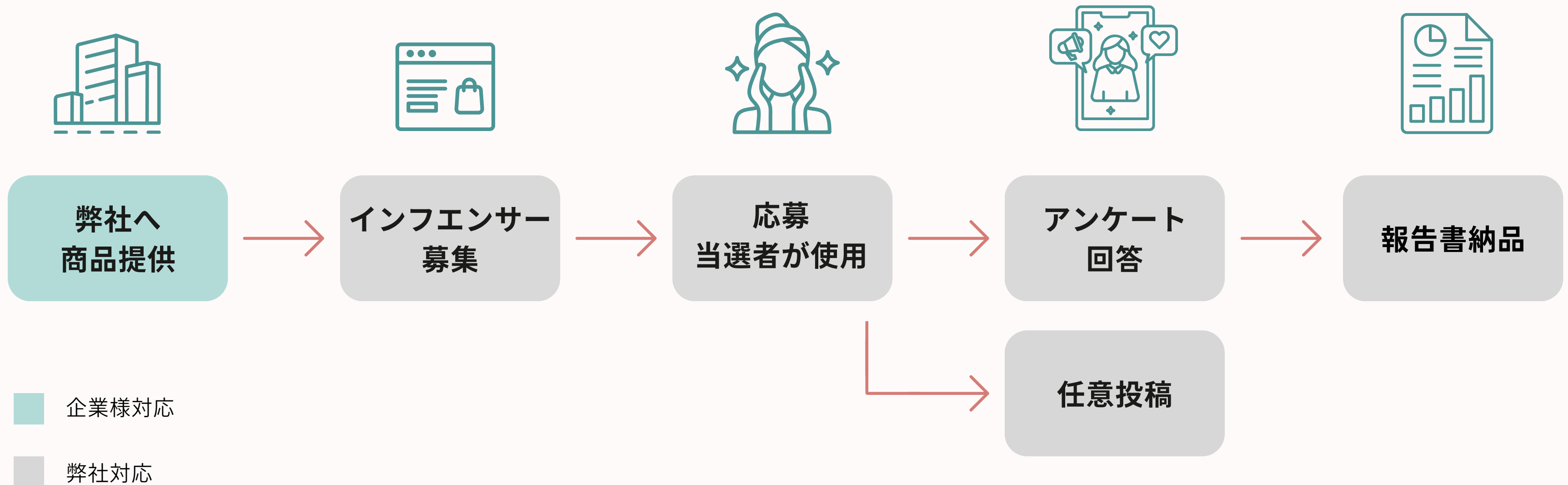
Point03

気に入った商品は、任意で拡散をしてくれる（PR表記不要）

※インフルエンサーは発信するネタに困っている

サービス提供の流れ

御社にご商品をご提供いただくだけ。
インフルエンサー募集から発送、使用後のアンケート回収、データ報告までを
ワンストップで対応いたします。
シンプルな流れで、安心してお任せいただけます。



Surveyとギフトティングの違い

他社サービスでは得られない“**本音のレビュー**”と“**安心の体制**”が強みです。

比較表	Survey	一般的なキャスティング企業
消費者への伝わり方	◎ 宣伝ではない消費者の口コミ	△ 宣伝（PR表記あり）のインフルエンサー口コミ
レビュー内容の質	◎ 忖度のないリアルなレビュー投稿	△ どこでも見かける似たようなべた褒め投稿
炎上リスク	◎ 安全なプロモーションが可能 (弁護士監修・消費者庁への確認済み)	△ PR表記がないとステマと見なされ、炎上リスクあり

よくある質問

Q：実際にどれくらいの拡散効果がありますか？

A： 平均して90%以上の拡散率を達成し、2~2.5記事が掲載される実績があります。
これにより、多角的な視点から商品やサービスが紹介され、より多くの人々に情報が届きます。

Q：このサービスは法的に安全ですか？

A： はい。当サービスは消費者庁や顧問弁護士の監修を受けた
安全なプロモーション手法を採用しています。
これにより、法務リスクを回避し、安心してご利用いただけます。

Q：成果報酬型のサービスではないのですか？

A： 固定型の料金体系です。
高い拡散率や実績をもって、確実な価値を提供しています。
成果報酬型の柔軟性はありませんが、その分、透明性の高いプロモーションを
保証します。

Q：インフルエンサーの選定はどのように行われますか？

A：商品やサービスの特性、ターゲットオーディエンスのニーズに基づき、経験豊富なスタッフが最適なインフルエンサーを選定します。
クライアントの要望を反映した精密な選定を行い、最大の効果を引き出します。

Q：なぜPR表記が不要なのでしょう？

A：インフルエンサーのSNS投稿は「任意」となっています。
「PR表記の上で商品紹介をSNSに投稿する」ことを義務づけたマーケティングとは異なります。
購入者のレビューを基にした自然な口コミを活用するため、PR表記を省くことができます。
フォロワーが投稿を広告と認識せず、信頼感を持って情報を受け取ることができます。

お気軽にご相談ください



無料相談会を予約する

株式会社スリーツープロダクツ

〒106-0032 東京都港区六本木7-21-24 THE MODULE roppongi 3F

☎ 03-5775-5624 (平日9時～18時)

✉ mk@32products.com

🌐 <https://32products.com/landing/survey01/>