

クイズ懸賞サイト



「キャンペーン生活！」はスマートフォンやパソコンで利用できる

キャンペーン生活！を活用したマーケティング支援



参加データ分析 開発や販促支援

ネオプロモーション

コンテンツ制作のネオプロモーション(東京・千代田)は10月中に、自社で運営するインターネット上のクイズ懸賞サイトを活用し、個別企業のマーケティングを支援する事業を始める。クイズ利用者の行動データから消費傾向を分析。データを商品開発や販促策の企画に生かしてもらう。クイズの特性とデータ分析を組み合わせた新しいサービスとして売り込む。

幅広い業種に販売

同社は現在、「懸賞サイト「キャンペーン生活！」」を開設している。参加者は1回315円を払ってクイズに挑戦し、正解すると賞品がもらえる。商品は有力メーカーの家電製品やアクセサリ、各地の特産品など約2000種類を扱っている。累計約120万人の利用があり、ヤマタ電機や楽天ともネットサービスで連携している。

新サービスはキャンペーン生活！の参加者のサイト内での行動を対象とする。欲しい賞品を選んだクイズに解答する一連の行動履歴や登録情報に基づき、年齢や居住地、選んだ商品や利用金額のほか、クイズの解答など14、18項目のデータを解析する。そこから人気商品の傾向や属性別の嗜好などを割り出す。

この分析結果をレポートにして、顧客企業に販売する。料金は中小向けは100万円以内を抑える考え。大手企業とは中長期のコンサルタント契約などを結んで提供していく方針だ。

企業のマーケティング活動や集客の取り組みでは最近、ゲーム的な要素を取り込んで消費者の積極的な行動を促す「ゲーミフィケーション」という手法が注目されている。航空会社のマイレージサービスやネット通販にも採用されている。

ネオプロモーションはゲーム的な要素を打ち出した懸賞サイトを得意とする。このため「消費者の好奇心を刺激したり、嗜好や関心事を把握したりしやすい」(同社)という。幅広い業種での利用を見込んでおり、年間3億円の売り上げをめざす。