

# デジタル機能と顧客サポート

ジェームス・バウリー  
DSM

# 当社の目標

ブランド価値を高め、新しい科学データの  
プロモーションを行い、ターゲット  
オーディエンスとつながり、顧客をサ  
ポートし、売上を伸ばします。

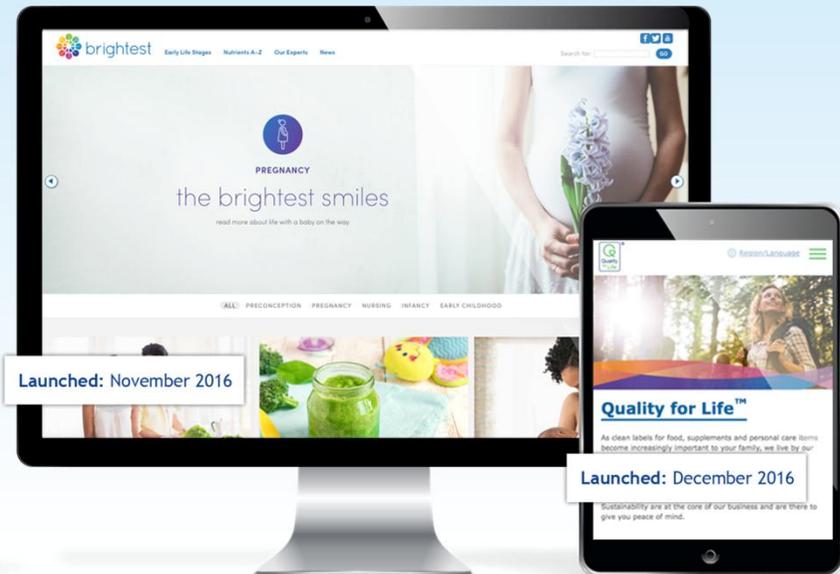
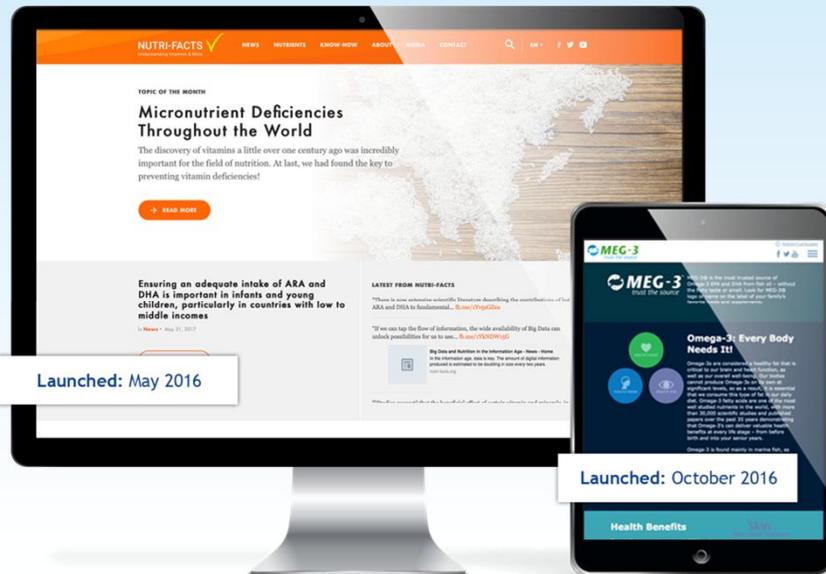


A person wearing a grey business suit is holding a white tablet computer. The background is a blurred green field with bokeh light effects. The text 'デジタル資産' is overlaid on the image.

# デジタル資産

## リーチの大きい新たなウェブサイト：2016年に着手

当社の新たなウェブサイトは新鮮で現代的であり、新たな魅力的コンテンツによって常にアップデートされています。



# 標的型デジタル・コンテンツ・チャンネル

## 消費者向け非ブランドウェブサイト

当社の非ブランドウェブサイトで、最新の医療・科学・ライフスタイルのニュースを流し、ターゲットオーディエンスとの繋がりを強化しています。



乳児/妊婦



成人の健康



HCP/消費者

# 標的型デジタル・コンテンツ・チャンネル

## 消費者向けブランドウェブサイト

当社のB2Cブランドウェブサイトで、最新の医療・科学・ライフスタイルのニュースをターゲットオーディエンスに向けて発信することで、顧客サポートを行なっています。



成人の健康



人生の全段階



母親／家族

## 当社の専門家ネットワーク

DSMが健康効果が高いと考えるビタミンDの領域における専門家ネットワーク  
「25(OH)D3を考える会」からの一例



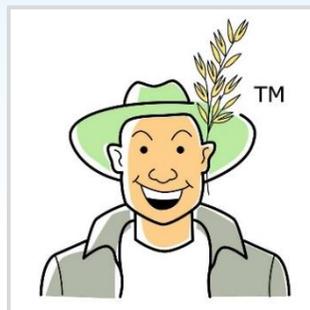
# 拡充

Facebook Ads Managerを用いることにより、  
ターゲットのソーシャルメディアページで  
当社のコンテンツを宣伝することができます。



ターゲットとなるグローバルなFacebookコミュニティ

200万人以上のターゲットされたファン！



## 当社の動的コンテンツをシェアできる場所

life'sDHA (Default)  
Published by Kathryn Crooks (??) · 29 March ·

"While we know that genetics play a role, heart health is largely in our control."  
<http://www.lifesdha.com/.../3-easy-ways-to-keep-your-heart-in-...>

3 Easy Ways to Keep Your Heart News - life'sDHA  
Heart disease is the leading cause of death for one in every four deaths.  
LIFESDHA.COM

Brightest  
Published by Kathryn Crooks (??) · 10 May at 11:30

"The human body is smart. It knows just what nutritional needs and can change the nutritional content of your baby grows, or day-to-day depending on your..."  
<https://www.brightest.com/nursing-little-one-5-fasci...>

Nursing Your Little One – 5 Fascinating Facts - Brightest.com  
Leading health organizations throughout the world agree that breast milk represents the nutritional gold standard for infant nutrition, and provides...  
BRIGHTEST.COM

NUTRI-FACTS (Default)  
Published by Kathryn Crooks (??) · 9 May at 11:24 ·

"While many people are living longer, many of those years are spent managing chronic illness and disability." Read the latest article on the critical role of nutrition for healthy aging.  
<http://www.nutri-facts.org/.../healthy-aging-in-todays-world...>

Healthy Aging in Today's World - News - Home  
Every year, countries all over the world are seeing their populations living longer, with a greater proportion of them living as older adults. In fact, average life expectancy has doubled over the past 200 years  
NUTRI-FACTS.ORG

244,532 people reached

Boost post

関心、年齢、居住地、性別、ウェブトラフィック...その他のたくさんの事柄に基づき、ポストをターゲットにすることができます。

2017年の現時点で  
当社のキャンペーンは  
25,000,000人以上の  
ターゲット消費者に  
届きました！

# 顧客サポート

共同ブランディングのコンテンツ

# 共同ブランディングを行うのは、有効だから！

ケーススタディ：インドネシアのNutrisari®とQuali-C®

消費者アンケート：  
「これらの3つの製品の  
うち、あなたならどれ  
を買おうと思います  
か？」

Quali® のロゴあり



Quali® のロゴなし



Marimas 製品



「どれも買わない」



「わからない」



注：Qualiとは何かについての  
説明は行いませんでした。

試供品の利用者	79%	試供品の利用者	17%	試供品の利用者	3%	試供品の利用者	0%	試供品の利用者	1%
試供品の非利用者	75%	試供品の非利用者	13%	試供品の非利用者	1%	試供品の非利用者	9%	試供品の非利用者	3%
26～30歳	77%	26～30歳	14%	26～30歳	5%	26～30歳	3%	26～30歳	2%
31～35歳	77%	31～35歳	16%	31～35歳	3%	31～35歳	2%	31～35歳	2%
36～40歳	78%	36～40歳	18%	36～40歳	0%	36～40歳	3%	36～40歳	1%
41～45歳	82%	41～45歳	18%	41～45歳	0%	41～45歳	0%	41～45歳	0%

DSM Nutrisariコンセプト試験 - 2016年8月 - サンプル総数 N=500、試供品利用者総数 N=350、試供品非利用者総数 N=150、  
26～30歳の総数 N=173、31～35歳の総数 N=153、36～40歳の総数 N=98、41～45歳の総数 N=45

# 共同ブランディングサイト



## 2017年12月リニューアル

## 共同ブランドのコンテンツ

ケーススタディ：

life'sDHA入りHorizon社製牛乳

- 当社は、公認栄養士Amy Fischerと協力して、life'sDHA入りのHorizon Organic社製牛乳を用いたブルーベリー・レモンアイスクャンデーのレシピを開発しました。
- 8月にウェブサイトでその記事のプロモーションを行ったことにより、米国の母親らから4,245件のページ閲覧を獲得することができました。
- Facebookではそのレシピが715回シェアされました。
- Taboolaを用いることで、伝統的な報道機関のウェブサイト（MSN.com、Yahoo.comなど）に当社の記事を掲載することができ、見出しとHorizon社の乳製品の画像によって3,470,841人にリーチすることができました。



6,903

ポストエンゲージメント数



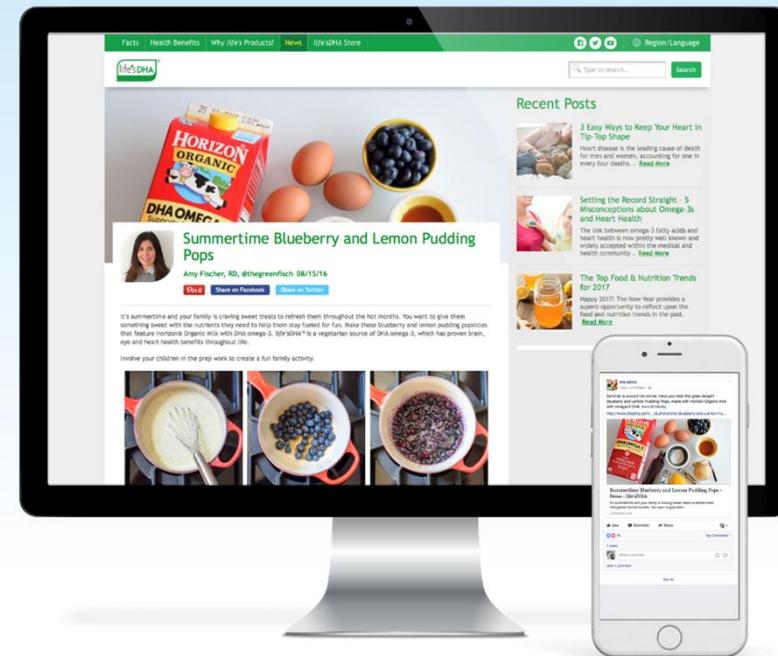
213,360

リーチ数



2,060

リンククリック数



## 共同ブランドのコンテンツ

ケーススタディ : Mother's Horlicks

- さらに、画像を用いて2つの独立型の広告も生み出し、インドの母親と妊娠中の女性をターゲットとしてその広告をFacebookおよびオーディエンスネットワークで流しました。
- それらの広告は、トラフィックについて最適化され、11,000人以上の消費者をMother's Horlicksのウェブサイトに誘導しました。
- life'sDHAの名前を明確に示した広告は、ブランドなしの広告に比べ、優れた結果を生み出しました！



415,663  
インプレッション数



233,864  
リーチ数



11,959  
リンククリック数



共同ブランディングなし  
リンククリック数4,347



共同ブランディングあり  
リンククリック数7,612

共同ブランドの広告では成績が74%アップ！

# 当社は顧客に何を提供できるでしょうか？

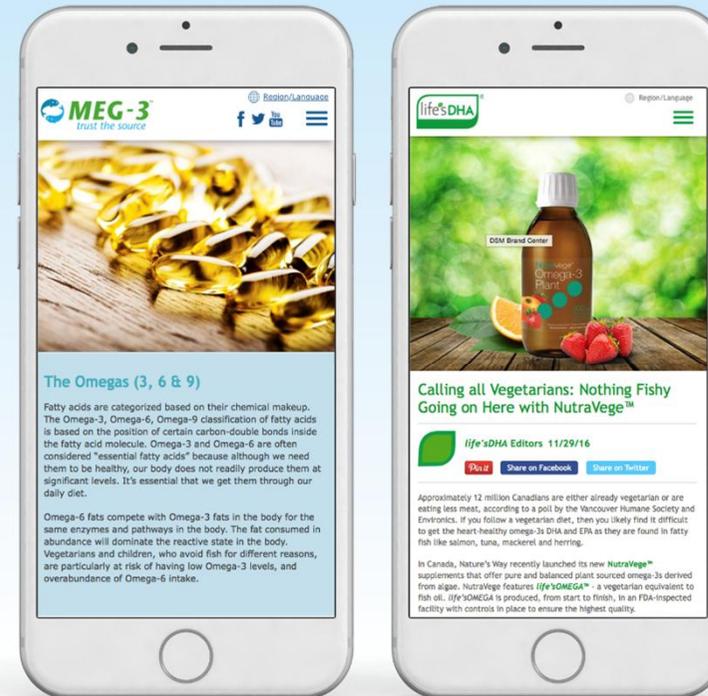
## コンテンツの創造

### 特別仕立てのコンテンツ

当社のブランドロゴを使用されている顧客のために、顧客のウェブサイトへのトラフィックを引き起こすための、レシピ開発、ビデオ作成、および製品レビューのような動的コンテンツを生み出すことが可能です。

### デジタルプラットフォーム

当社の多様なデジタル資産では、ニーズに合わせたコンテンツが作成されます。カスタマイズされたコンテンツは、最適なオーディエンスに向けて発信されます。



## 当社は顧客に何を提供できるでしょうか？

### コンテンツのプロモーション

Facebook Ads Managerの拡張として、目標ごとに最適化され、そのブランドで魅了できる可能性の最も高いオーディエンスをターゲットとしたInstagram広告キャンペーンを実施することもできます。

### 現在までの共同ブランドキャンペーンの統計：

- ソーシャルエンゲージメント数  
100,000以上！
- 顧客のウェブサイトおよび  
オンラインストアへのクリックスルー数  
22,000以上！



A photograph of a business meeting. Several people's hands are visible, pointing at a document on a clipboard. The document features a bar chart and several circular diagrams. One person is holding a silver pen. The scene is set on a wooden table with a laptop and a black folder nearby. The lighting is warm and focused on the document.

## 顧客との関係への投資

Walmart - Spring Valley™ のデジタルプロモーション

# Walmart-Spring Valleyの デジタルプロモーション



## 段階1： 特別仕立てのコンテンツのプロモーション

公認栄養士Mia Synによるオメガ3脂肪酸に関する4大神話の事実暴露は、Spring Valley™ Fish Oilと、オンライン購入用のWalmart.comへのリンクを特徴としています。

目的：Spring Valley™ ブランドのためにインプレッションを獲得し、いっそうのエンゲージメントに向けてMEG-3.comのブランド付き記事へのトラフィックを推進すること。

ターゲット：心臓の健康と健康的生活に関心を寄せる米国の24～65歳以上の男女。



MEG-3.comでの  
広告掲載



# Walmart-Spring Valleyの デジタルプロモーション

## 段階1： 特別仕立てのコンテンツのプロモーション

ブランド付き記事のプロモーションキャンペーンが  
8月22日から9月8日まで実施されました。

Facebook



Taboola



Facebookでのクリックスルー率は5.2%でした！  
業界の平均は0.9%~1.7%



MEG-3 (Default)  
Sponsored --

Like Page

"Myth No. 2: Bigger isn't always better. When it comes to your fish oil capsules, it is the concentration that matters... Spring Valley™ offers fish oil in smaller, easy-to-swallow capsules at the same concentration that you would find in standard fish oil capsules."  
<http://www.meg-3.com/.../debunking-the-top-4-myths-about-omeg...>

Debunking the Top 4 Myths about Omega-3 Fats - News - MEG-3  
Omega-3 fats are often touted important nutrients by the media. However, there are many myths that have been propagated and should be debunked. Here are four...  
MEG-3.COM

# Walmart-Spring Valleyのデジタルプロモーション

段階2 :  
ソーシャルキャンペーン

目的 :  
Walmart.comにおける Spring Valley™ Fish Oilへのトラフィックを推進すること。

成功の尺度 :  
クリック数

キャンペーンが  
9月5日から9月19日まで  
実施されました。

単一画像の広告



カルーセル広告



# Walmart-Spring Valleyの デジタルプロモーション

段階2 :  
ソーシャルキャンペーン

	<b>89,156</b> ブランド下の インプレッション数		<b>1,021</b> リンククリック数	<b>0.46</b> CPC
---	--------------------------------------	---	--------------------------	--------------------

結果 :  
9月5日 ~ 9月19日

	<b>81,260</b> ブランド下の インプレッション数		<b>3,276</b> リンククリック数	<b>0.31</b> CPC
---	--------------------------------------	---	--------------------------	--------------------



Smaller  
Smarter  
Softgel

OUR FISH OIL IS HALF THE SIZE OF STANDARD FISH OIL.

SAME GREAT VALUE

MEG-3 Sponsors  
Discover the new smaller softgel.



Smaller, easier to swallow

2x more concentrated

Spring Valley™ Fish Oil [Shop Now](#)

Spring Valley™ Fish Oil

カルーセル広告では  
単一画像の広告に  
比べて成績が  
50%良くなっています。

Walmart.com へのクリックスルー数は 4,297 !



# Walmart-Spring Valleyのデジタルプロモーション

## A/B試験

MEG-3® Ultraの名前を明確に示す広告では非共同ブランド広告よりも成績が良好でした。



MEG-3 (Default) Sponsored - Like Page

Discover the new Spring Valley™ Fish Oil with MEG-3® Ultra, smaller, easy-to-swallow fish oil with the same omega-3 strength.

Spring Valley™ Fish Oil  
Free 2-day shipping. Buy Spring Valley™ Fish Oil 1200mg Dietary Supplement 200 Mini Softgels Bottle.

WALMART.COM Shop Now

732  
リンククリック数

0.41  
CPC

MEG-3 (Default) Sponsored - Like Page

New Spring Valley™ Fish Oil is 2x more concentrated for a smaller, smarter softgel.

Spring Valley™ Fish Oil  
Free 2-day shipping on orders over \$35. Buy Spring Valley™ Fish Oil 1200mg Dietary Supplement 200 Mini Softgels Bottle at Walmart.com

WALMART.COM Shop Now

289  
リンククリック数

0.51  
CPC



## フローラグロルテインのフェイスブックページオープン 「目カニズム」



目カニズム  
@eyechanism.jp

Home

Posts

Reviews



👍 Liked ▾    📡 Following ▾    ➦ Share    ⋮

<https://www.facebook.com/eyechanism.jp/>



A close-up photograph of two people shaking hands. The person on the left is wearing a dark blue suit jacket with three buttons. The person on the right is wearing an orange suit jacket. The background is bright and out of focus, suggesting a window with sunlight. The text is overlaid on the upper part of the image.

# デジタルマーケティング+顧客サポート

## 当社のパートナーのため大きな付加価値



**BRIGHT SCIENCE. BRIGHTER LIVING.™**