

ラ・メゾン・デュ・ショコラがネクストレベルと共にソーシャルからの売上を増大させた方法とは？

ラ・メゾン・デュ・ショコラの日本代表取締役社長、ベンジャミン・コスタ様独占インタビュー

会社概要

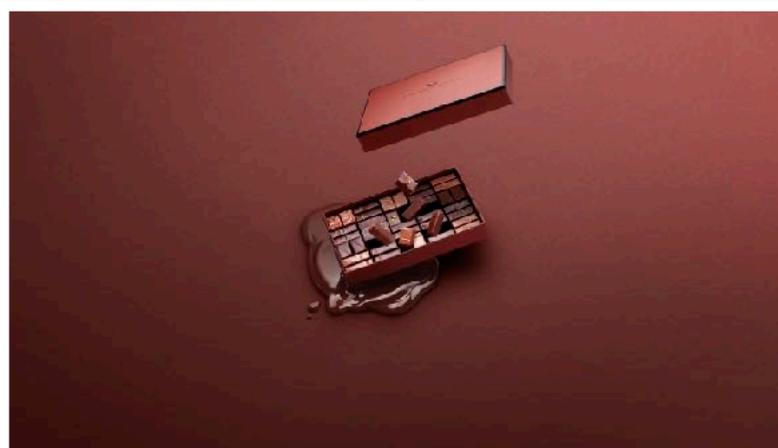
- 本社所在地: フランス
- 業種: 高級チョコレート専門店
- ヒット商品: チョコレート、ケーキ、洋菓子類

課題

- 2019年にネクストレベルにコンタクトする前は自社でソーシャルメディアマーケティングを運用していましたが、状況はあまりよくありませんでした。競合ブランドと比較するとソーシャルメディアのブランド力が弱く、ブランド認知の増強が課題でした。また、ソーシャルメディアプラットフォームにショッピング機能が加わったこともあり、ソーシャルメディア経由のセールスの強化を行いたいとも考えていました。

ソリューション

- ネクストレベルはこの状況を変えるため、競合分析やプラットフォーム特性フォロワー特性を分析し、最適な投稿コンテンツ内容や投稿時間、ハッシュタグなどの戦略を立案してくれました。
- また、ネクストレベルはラ・メゾン・デュ・ショコラがこれまであまり行ってこなかったキャンペーンや広告も積極的に取り入れ、短期的なキャンペーンで効果を発揮してくれました。



パリ発の老舗チョコレートブランドとして日本をはじめ他の地域でも有名

ラ・メゾン・デュ・ショコラについて

「1998年に日本に初出店を果たして以来、高級フランスチョコレートブランドとして多くのお客様から愛されているラ・メゾン・デュ・ショコラ。それ以来ブランドは日本で事業を展開し続け、今日では東京、横浜、大阪に常設店9店舗、バレンタインデーシーズンには全国に45を超えるポップアップ店舗を管理する小売戦略に重点を置いています。

しかし同時に、チャンネルを多様化し、eコマースを優先事項として包含することの重要性を長年にわたって意識してきました。この戦略と新しいウェブサイトをサポートするために特にソーシャルメディアマーケティングが重要になってきていたのです。

ブランドを長く愛してくださるお客様とのコミュニケーションを通じてファンベースを維持しつつ、新たにブランドのファンになってくださるお客様を獲得するためにはSNSの活用が不可欠です。他のブランドがSNSを使って着実にファンベースを広げるなか、ラ・メゾン・デュ・ショコラはSNSをうまく使っていませんでした。

ネクストレベルをパートナーとして選んだのは、戦略的なブランド構築、認知度の向上支援を実現してくれたからです。」



LA MAISON DU CHOCOLAT

PARIS



ブランドの情熱

ラ・メゾン・デュ・ショコラのスタッフはブランドとブランドのチョコレートに対し情熱を持っています。パリの天才ショコラティエが生み出す最高品質のチョコレートを日本の多くのファンに届けたいと考えており、ブランドのこだわりが日々のコンテンツひとつひとつに込められています。投稿のキャプション一つでも繊細なチョコレートの味を丁寧に表現できるようネクストレベルのスタッフと協力し合っています。

お問合せ先

詳細についてはネクストレベルにお問合せください。

〒107-0062
東京都港区南青山1-15-16
山城ビルディング 7階

ネクストレベル ジャパン株式会社

www.nextlevel.global



ネクストレベルは日本でのブランド認知拡大にどのように貢献したのか？

「ネクストレベルの支援を具体的に説明すると：

- フレキシブル：食品を扱うブランドやメーカーは常にスケジュールの変更が付きものです。最新の情報を最適なタイミングで発信しなければならないSNSは常にそのスケジュール変更に対応しなければなりません。ネクストレベルはスピード感を持って確実にこれらの変更に対応してくれました。また、急なキャンペーンの依頼でも、プラットフォーム特性を理解し、効果を最大化できるような提案をすぐに返してくれたので、信頼して仕事を任せることができました。
- ホスピタリティ：ネクストレベルはブランドやファンを理解した上で、ホスピタリティを持ってSNSを運営してくれました。老舗ブランドとして投稿、フォロワーからのコメントやメッセージに対して丁寧な対応が求められるので、流れ作業ではなく丁寧にコミュニケーションを構築してくれたことはネクストレベルの大きな利点です。膨大な数のクライアントを扱う大きな広告エージェンシーではまずこのような対応はできません。
- レポート：ビジネスの意思決定の際には数値を使った具体的な分析と、分析に基づく戦略の立案が重要になります。ネクストレベルのレポートにより今まで見えていなかった課題が明らかになり、戦略を最適化することができました。今では、投稿のリーチは依頼する前の3倍、エンゲージメント率も高い水準に引き上げることができ、ブランド認知とファンとのコミュニケーションの質は確実に向上しています。」

ネクストレベルの具体的な成果とは？

「ネクストレベルの提案で、バレンタインシーズンにSNSユーザージェネレートキャンペーンと広告配信を行いました。SNS経由の売上は前年比約4倍と好成績でしたし、アカウントのフォロワー増加率も過去最高の10%を記録しました。」

ラ・メゾン・デュ・ショコラ
代表取締役社長
ベンジャミン・コスタ