

QR-Magnetのご紹介

強力な磁力とマーケティング効果



株式会社 マグナ

目次

- QR-Magnetの概要
- QR-Magnetの特徴
- 利用シーンと利便性
- 期待できるマーケティング効果
- まとめ
- 次のステップ
- 導入事例
- 参考資料

QR-Magnetの概要

- QR-Magnetとは

吸着を目的としたメモホルダーに、ロゴやキャラクター等と共に二次元バーコードをプリントしたもの

- 目的

配布先のニーズが顕在化した場合の自社導線の確保。

ブランドカテゴリーセッションにおける「処理集合」「想起集合」への誘導

- 対象の磁石製品

- メモホルダー（30φ、18φ）

コピー用紙15枚程度（弊社調べ）を、ホワイドボード等に留め置ける強力な異方性フェライト磁石にポリアミド加工を行うことにより、磁石の耐久性を向上させた人気商品。両面印刷可能

- ユニフォームマグネット

Tシャツ形状に加工したABS筐体に異方性フェライト磁石を内包（意匠登録申請中）させた弊社オリジナルデザインのマグネット。コピー用紙は8枚程度（弊社調べ）とメモホルダーに比べ吸着力は劣るが、デザインの自由度は高くなる

QR-Magnetの特徴（メモホルダーの場合）

- 強力な磁力
 - 文房具店・100円ショップ等で販売している磁石とは一線を画す強力な磁力
- 高い利用率と継続利用率
 - コピー用紙15枚程度を留め置ける強力な磁力により、利用率が高く、またその有用性から継続使用率も高いツールとして長くホワイトボードや冷蔵庫等での活躍が期待できる
- デザインの自由度が高い
 - 30φと限られたスペースながら、二次元バーコードやキャラクター、ロゴ等を印刷することが可能であり、また両面違う印刷やUVプリンターを活用したカラー印刷により、様々なデザインが可能

又久磁石

利用シーンと利便性

・ 家庭内

- ・ 磁石を貼れる建材の普及等により、冷蔵庫以外での磁石需要が増えている。特に小中学生等いる過程においては、プリントなどを貼り付ける需要があり、定期的にプリントを貼るため、磁力の高い磁石は需要が高い。

想定配布元（美容室・歯科医院・整骨院・テイクアウト事業者・ネットスーパー等）

・ オフィス

- ・ ホワイトボードだけではなく、ロッカーや社内掲示板、機械等での利用が想定される。WEBカメラもノートPCなどでは標準化されたため、カメラアプリからのURL誘導などにも利用できる。

想定配布元（遠隔サポート・サポート部署が頻繁に変わる企業・BtoB向けECサイト等）

・ イベント

- ・ プロモーションツールとして、展示会等で配布。展示会開催時にはニーズが顕在化していない潜在顧客に対して、利用率・利用継続率の高いプロモーションツールとして期待できる。

想定配布元（展示会出展企業・フリーランス事業者等）

永久磁石

期待できるマーケティング効果

ブランドカテゴリゼーションにおける優位性

- 単純接触効果
 - 単純接触効果とは、目にする機会が多いほど、親しみが増すという効果。何度も見ることで商品・サービスへの警戒心が薄れ、購入意欲が増したり、ニーズの顕在化の際にすぐに想起されやすくなる効果が期待できる。
- 想起構築
 - 潜在顧客のニーズが顕在した段階で、一般的には検索行動をとることになるが、検索行動にはリスティング広告が付きものであり、複数の事業者との競合になる可能性が高い。仮にリスティング広告でアクセスがきても、clickのたびに課金され、またその広告費用は決して安くはない。自社のWEBサイトや購入サイトにダイレクトに誘導することで、浮気されない導線を引く事が可能になる。

ニーズが顕在化した際のダイレクトな導線

- 検索不要（リスティング広告の影響を受けない）
 - ニーズが顕在化した時点で、二次元バーコードが競合に誘惑されることなく自社のECショップや問い合わせ窓口へ誘導する。顧客の作業量が減るだけでなく、単純接触効果により警戒心も薄らいでいるので相乗効果が期待できる。

又久磁石

まとめ

・ 近年のマーケティングツールとの対比

- ・ 単純接触効果 ➡ 「バナー広告」「ディスプレイ広告」もしくは「SNS」
 - ・ ディスプレイ広告 : クリック都度課金 表示回数 187,395回 1631クリック クリック率0.87% 費用 ¥27,395(2024/8 M社実数)
 - ・ SNS : 基本無料ながら、宣伝効果を上げるには継続的な配信とSNS運用スキル
 - ・ QR-Magnet : 制作費のみ エンド価格 @300/個 (想定) 100個で¥30,000としても 以降無料 基本 放置

単純接触効果は感情が動かされた接触回数・接触頻度・最終接触日により想起が高まる

- ・ 想起構築 ➡ 「リスティング広告」
 - ・ リスティング広告 : ニーズの顕在化に併せて、必要な情報収集が可能。主要単語の広告枠は競合必須。
: クリック都度課金 クリック単価 @186 241クリック 費用 ¥44,885(2024/8 M社実数)
 - ・ QR-Magnet : 二次元バーコードからの直接的な導線により競合無し。制作費のみ

リスティング広告は他社よりも顧客の琴線に触れるLP (ランディングページ) の構築が必須

強力な磁力で心を動かし、その有用性から掲示スペースのセンターを確保。
単純接触効果により警戒心を解き、競合のいない導線を確認するマーケティングツール
➡ 「QR-Magnet」

永又磁石

まとめ

- マグネット（ラバー）シートに二次元バーコードでは駄目？
 - デザイン的に単純広告としての優位性があるものの、吸着力が低く何かを留め置くものとしては期待できない。
 - 目立つところというよりも、極力目立たない箇所に貼られることが多く、単純接触効果は得にくい。

潜在顧客に対して、ニーズが顕在化したタイミングで機能するという点では、マグネットシートでも対応可能ですが、配布物に有用性が低ければ、そもそも必要になったタイミングで手元にない結果になり、紙面広告と同様にマーケティングツールとして機能しない。

次のステップ

御社・提案先のオリジナルデザインを作成してみませんか？

① デザインパターンを作成しデータサンプル作成

右記のようなデザインサンプルをデータ上で作成
※ロゴ等を入れる場合はデータを送付ください。

② お気に入りのデザインをサンプル作成

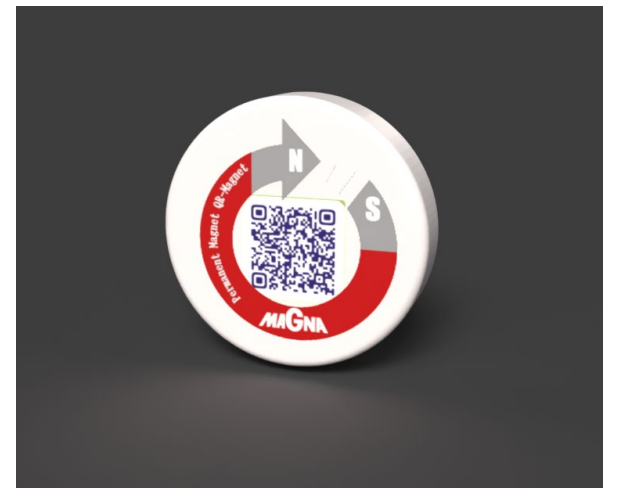
幾つかのデザインパターンを作成しますので、
気に入ったデザインを選んでサンプル作成

<社内・社外プレゼン用サンプル> 特別価格

ユニフォームマグネット @500/個

メモホルダー（30φ） @200/個

※サンプル作成数には上限がございます。別途送料はかかります。



又久磁石

導入事例

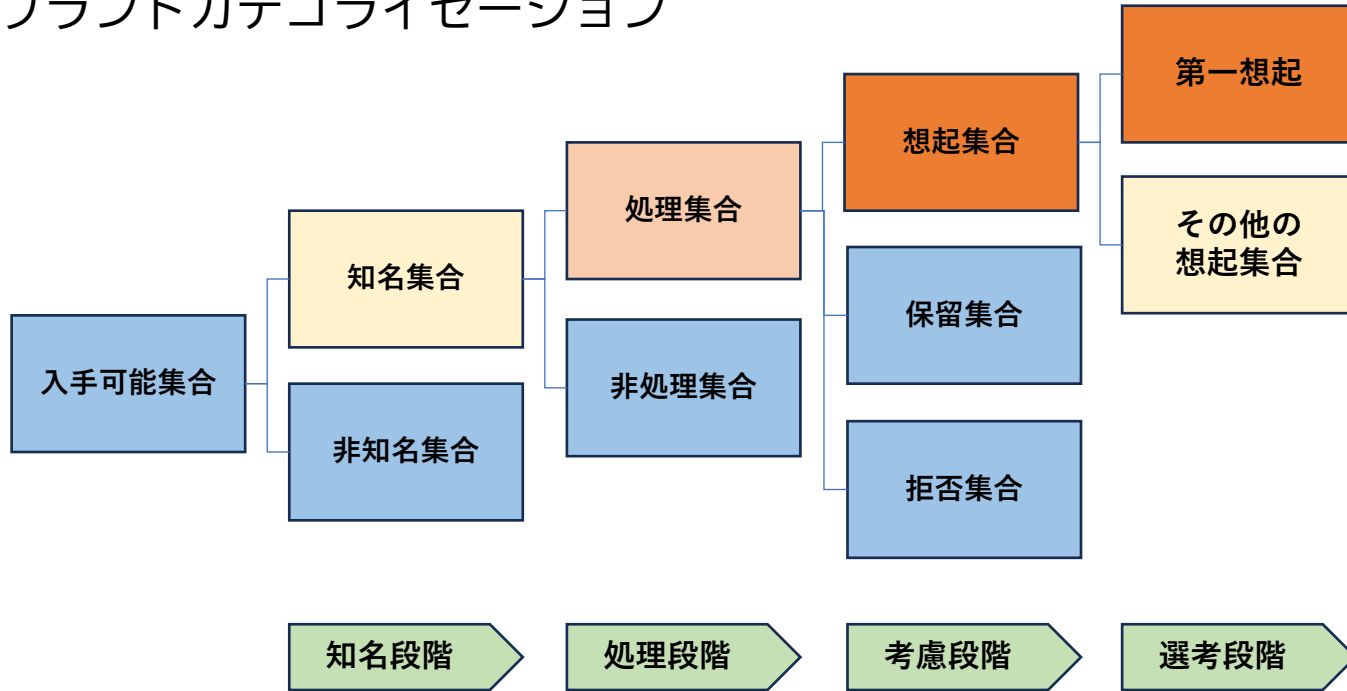


又久磁石

参考資料

ブランドカテゴリーライゼーションについては
現役のマーケター池田紀行氏が執筆された著書を是非ご参考ください。

ブランドカテゴリーライゼーション



「処理集合」と「非処理」集合の違いは、「よく知っているかどうか」

「処理集合」は「想起集合」「保留集合」「拒否集合」の3つに分類される
「想起集合」とは購入（選択）における好意的な選択肢の集合体。検討候補に残るブランドである

「第一想起」とは「想起集合」の中で最初のポジションを獲得しているブランド。
一般消費財において第一想起ポジションを獲得すると、買い物に行った先で何も考えず自動的にカゴに入れられる可能性が高くなる。

池田紀行著「売上の地図」より抜粋

出所：J.E.Brisoux and M.Laroche(1980)



又久磁石