

パナソニック



パナソニックエネループのタイ「Lazada」運用  
キャンペーン企画からオンライン広告運用まで一括サポート  
Facebook「いいね!」数10万超 「Lazada」売上300%成長

導入背景

パナソニック様の充電電池「エネループ」は、世界中に販売国を広げ、店舗販売だけでなく、各地域での主要モールへ出展するなどEコマースにも注力されています。世界中で販売戦略を展開し実績を上げていくなか、東南アジア最大級のECモール「Lazada」においては販売の伸び悩みという課題を抱えていらっしゃいました。

導入サービス

タイでは、携帯充電用電池の需要が低かった背景により、エネループの認知度に課題がありました。そのため、オンライン広告の見直しに着手し、ブログ広告、アドワーズ広告、インフルエンサー広告にABテストを繰り返しながら、市場にマッチしたクリエイティブの製作や、ターゲットを絞り込むことで広告効果の改善を図り、それと同時にタイ人口の約60%が利用するFacebookの運用代行も開始しました。

導入効果

広告に対する反響のレポート、キャンペーン、プロモーション企画などを、タイの市場を理解しながら協議・ご提案ができるよう、日本語を話すことのできる広告理解の深いメンバーでチームを構成し、円滑なプロジェクト推進をしています。この結果、「Lazada」での売上は前年対比で300%を達成しました。

短期間の目標達成を支えてくれ  
他アジア諸国でのサポートも提供してくれる頼れるパートナーです

タイでの充電電池Eコマース立ち上げにはご協力感谢您しています。日本企業のやり方や考え方をよく熟知されており、加えて我々にはわからないローカル社員の方の知見・ネットワークの力により、短期間に我々の目標を達成することができたと思っています。更に次の目標へのご協力、また他のインドシナ諸国展開へのサポートを期待しております。



エナジーデバイス事業部  
グローバル市販マーケティング部  
コミュニケーションチーム  
マネージャー  
赤井 清一 様

タイ市場向け広告・EC運用支援

「エネループ」  
認知度向上

東南アジア最大級のECモール

「Lazada」  
前年対比売上  
300%達成

タイの  
成功ノウハウを  
フィリピン・ベトナムに展開



## 東南アジアにおける広告・EC運用課題

“くり返し使うライフスタイル”をコンセプトにしたパナソニック株式会社様(以下、パナソニック様)の充電電池「エネルギー」は、2005年の販売開始以降、日本のみならず北米、ヨーロッパ、中国、東南アジアなど世界中に販売国を広げ、累計出荷数量は3億7,000万個を記録しています(2016年1月時点)。店舗販売だけでなく、各地域での主要モールへ出展するなどEコマースにも注力されています。

世界中で販売戦略を展開し実績を上げていくなか、東南アジア最大級のECモール「Lazada」においては販売の伸び悩みという課題を抱えていらっしゃいました。そこでパナソニック様は、オンライン広告やFacebook運用の見直しなど、課題解決に向けてトランスコスモスタイランドの実績を評価していただきパートナーとして選んでいただきました。

## オンライン広告、Facebook運用改善で「エネルギー」認知度が大幅に向上

タイでは、携帯充電電池の需要が低かった背景により、エネルギーの認知度に課題がありました。そのため、オンライン広告の見直しに着手し、ブログ広告、アドワーズ広告、インフルエンサー広告にABテストを繰り返しながら、市場にマッチしたクリエイティブの製作や、ターゲットを絞り込むことで広告効果の改善を図り、それと同時にタイ人口の約60%が利用するFacebookの運用代行も開始しました。

スマートフォンが急激に普及したタイでは、企業や商品のサイトが十分に整っていないケースも多く、Facebookで商品のクチコミを検索してから購入することが主流になっています。そのため、トランスコスモスタイランドではFacebook広告運用、「エネルギー」Facebookファンページへタイ語翻訳した記事の投稿、記事へのコメントの分析、レポート作成を行うと共に、パナソニック様専用のマーケティングデータ蓄積に力を入れ、さまざまな広告の反響情報を分析し、広告・運用に活用しました。

その反響データを次の施策へ活用するというを繰り返し、トランスコスモスタイランドがFacebookを運用し始めて1年で「いいね!」数が

当初の32倍まで伸張。広告開始前に約3,000だった「いいね!」数は現在10万を超えて伸び続け、ブランド認知度向上と共にエネルギーのファンも増加しています。

## 「Lazada」運用支援開始から前年対比300%の売り上げ達成

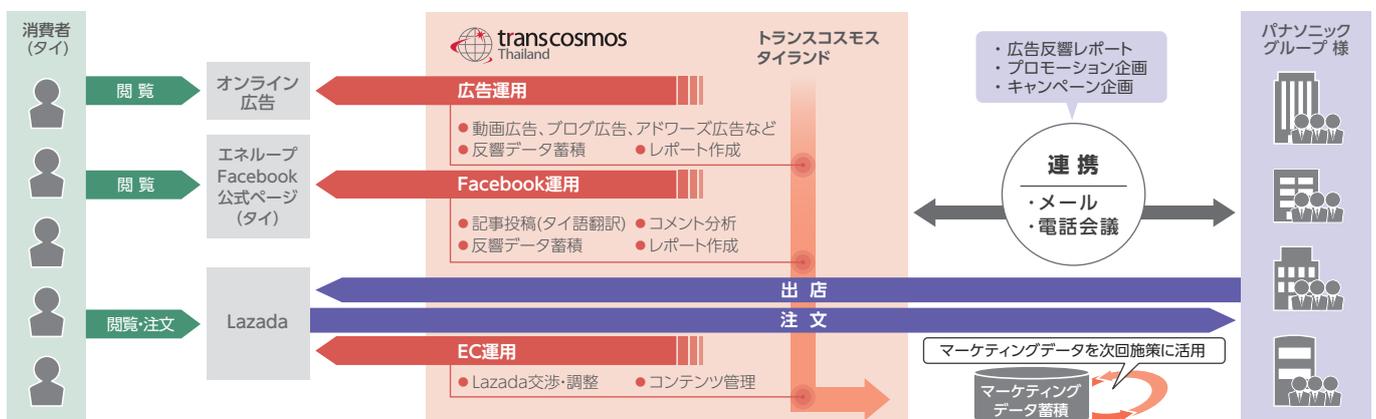
当初パナソニック様は内製でエネルギーを「Lazada」へ出品していましたが、タイのEC市場や広告知見が少なく対策を打ち切れていませんでした。そこで、トランスコスモスタイランドは、「Lazada」との交渉を代行し、ブランドや商品の認知度向上のためのマーケティング施策を実行できる体制を構築。そのひとつとして、一般契約での商品出品からShop in shop会員への契約変更を提案し、そのことによりエネルギー独自のページを持てるようになりました。そして、Facebookなどソーシャル向けの広告出稿が可能となると共に、一般会員では参加できない「Lazada」主催のキャンペーンへの参加が可能となりました。

マーケティング施策運用において欠かせないパナソニック様との密な連携は、メールでの日常的なコミュニケーションのほか、月に1~2回行われる電話会議で保たれています。広告に対する反響のレポート、キャンペーン、プロモーション企画などを、タイの市場を理解しながら協議・ご提案ができるよう、日本語を話すことのできる広告理解の深いメンバーでチームを構成し、円滑なプロジェクト推進をしています。この結果、「Lazada」での売上は前年対比で300%を達成しました。

## 「Lazada」運用改善事例を他アジア諸国へ展開

トランスコスモスはタイの実績が認められ、タイを基点に他アジア諸国での運用を追加で任せていただきました。今後も東南アジアのマーケティングノウハウとデジタルマーケティングテクノロジーを駆使し、さまざまなマーケティング施策を提供することを通して、パナソニック様のビジネスをサポートしてまいります。

## パナソニック様 提供サービス



トランスコスモス株式会社

お問い合わせ

0120-120-364  
9:00~18:00[土・日・祝日を除く]

g\_sales@trans-cosmos.co.jp  
www.trans-cosmos.co.jp



トランスコスモスは「プライドマーク」の認定企業です。

※この他にもさまざまなサービスを提供しております。ご不明な点がございましたら、お気軽にご相談ください。※サービスの価格の詳細については各営業担当にお問い合わせください。※トランスコスモスは、トランスコスモス株式会社の日本およびその他の国における登録商標または商標です。※その他、本文中に記載されている社名、製品・サービス名などは、各社の登録商標または商標です。