

事例) Perelel : 「ドクフルエンサー」の活用

脚光を浴びはじめた「ドクフルエンサー」 D2Cブランドが医療従事者を起用

ドクター+インフルエンサーの造語『ドクフルエンサー』が米国で脚光を浴び始めている。ビタミン剤ブランドのペレレル (Perelel) は、医療従事者のネットワークを活用し、患者に製品を勧めたり、サンプルを配布している。顧客が「医者診察室で製品を見たことがある」という状態は、他のソーシャルメディアやインフルエンサーを通して製品を見かけたときに既に信頼のある繋がりがある状態である。医療従事者は製品が持つ科学的な効果について語る事ができるため、製品を試してもらいたいブランドにとって今や「ドクフルエンサー」は人気のパートナーとなっている。



<https://perelelhealth.com/>



小項目・タイトル

① 医療従事者のインフルエンサー化

医療従事者のネットワークを活用し、患者に製品を勧めたり、サンプルを配布。医療従事者や「ドクフルエンサー」は、その専門性から人々の信頼を集めている。

② 医師をブランドの一員に巻き込む

妊産婦用ビタミンや不妊治療用ビタミンを含む同社の製品は、ロサンゼルス30カ所を含む全米250カ所の医院に置かれている。医療従事者は、製品が持つ科学的な効果について語る事ができる。「ペレレルは医者診察室にある、という潜在的なつながりを持つこと」が重要。