

事例) アイスタイルリテール：アットコスメ大阪

無料の試供品自動販売機 顧客データ分析にも一役でブランドにも好評

アットコスメ大阪がオープンとともに初めて設置した無料の試供品自動販売機が注目を集めている。アットコスメのアプリをDLして会員登録をした人のみが1日1回、現時点では19種類から無料サンプルを得ることができる。現在、行列ができ時間指定の整理券を配布しているが、午後早めの時間には無くなってしまふほど人気。化粧水や美容液などが自分の肌に合うかどうか判断するためにも重要な化粧品サンプル。通常、百貨店などで入手するにはスタッフからの接客を受ける必要があるため、この取り組みは商品を直接アピールする機会を減らしてしまうのではないかと疑問が湧くが、ブランドからは、「新しい顧客との接点づくりとして参加したい」と多くの反響がある。アットコスメ側は、アットコスメ登録者限定の体験にすることで、ユーザーの関心・購買履歴などのデータと紐づけることができる。



<https://www.cosme.net/feature/2023-osaka-guide>



ポイント

①データと紐づけサンプルの利用分析が可能

これまで店頭であっても、サンプルを渡すときは、相手が会員登録していなければ、こういった商品に興味を持ち、購入してきたのかというデータを取ることができなかったが、アットコスメの登録者に限定することで、こういった年代で、かつてどんな商品を購入した人が、そのサンプルに興味を持ったのかというレポートも個人情報保護法を遵守した上で今後は可能になる。

②1日1つもらえるため来店喚起にもなる

試供品配布は会員限定で1日1回のみ。当初は気に入ったブランドのみを求める可能性が懸念されるも、実際はいろいろなブランドを試すきっかけとなっている。ブランド数や種類は時期によって変わるため、来店喚起にもなるとの見立て。