

3月23日(土)『SHIBUYA FASHION FESTIVAL vol.3(シブフェス)』にて、『shoplier』を使ったO2O型キャンペーンを実施！ ～300店舗、1万人が参加！渋谷の街でミッションをクリアしてプレゼントをGET～

株式会社リクルートライフスタイル(東京都千代田区/代表取締役社長 冨塚優)が運営をする、店舗来店でおトクが貯まって、いつもの買い物が楽しくなるスマホアプリ『shoplier』は、3月23日(土)に開催される渋谷区と約アパレル300店舗が協同行うイベント『SHIBUYA FASHION FESTIVAL vol.3(シブフェス)』にて、最新のテクノロジーを駆使したO2Oのキャンペーン「shoplier meets SHIBUYA FASHION FESTIVAL “Change Myself! 新しい自分は渋谷から”」を3月23日(土)に実施いたします。

概要

- 【キャンペーン名称】shoplier meets SHIBUYA FASHION FESTIVAL “Change Myself! 新しい自分は渋谷から”
- 【実施期間】2013/3/23(土)
- 【対象店舗】<http://shoplier.jp/brand.php?id=9001>
- 【キャンペーン詳細ページ】<http://www.shibuyafashionfestival.com/tagged/shoplier>

3月23日(土)に開催される『SHIBUYA FASHION FESTIVAL vol.3(シブフェス)』にて、店舗への来店を促進するスマホアプリ『shoplier』の機能を使い、シブフェスに参加する約300のアパレル店舗への来店、回遊を促進するO2Oのキャンペーンを行います。

『shoplier』上に設定されたミッションをユーザーがクリアすると、その場でアプリ上の抽選が始まり、プレゼントが当たります。ミッションは「参画ショップに入店する」「ショップ内のバーコードを探してスキャンする」「ハチ公でチェックインをする」等で、1万人規模の渋谷の街の回遊を目指します。

<shoplierの3つの機能>

1.入店検知 (ヤマハ『INFOSOUND』)

アプリを起動するだけで、多くの人には聴こえない高音域のINFOSOUND*信号をアプリがキャッチして入店を検知し、スタンプを貯めたり、抽選に参加することができます。

※『INFOSOUND』はヤマハ株式会社が開発した音響通信技術です。

2.ジオフェンス (ブログウォッチャー『Profile Passport』)

アプリを起動していなくても、ユーザーが特定のエリアに入ったことを検知して、自動でプッシュ通知を送ったり、スタンプを貯めたりすることができます。

※『Profile Passport』は株式会社ブログウォッチャーが提供するスマートフォン向け通知型・情報配信ソリューションです。

3.バーコードスキャン

アプリ上でカメラを起動し、バーコードに近づけるだけでバーコードを読み取り、スタンプを貯めたり、抽選に参加することができます。



『shoplier』(Shoplier)とは

- 公式サイト <http://shoplier.jp>

小売店舗に入店したり、指定した対象商品をスキャンすることでポイントが貯まることをフックにした来店促進サービス。ユーザーは『shoplier』を店内で起動したり、対象商品のバーコードをスキャンすると、スタンプが貯まります。貯めたスタンプに応じて対象店舗でご利用いただける商品券や商品と引き換えることができます。

- ・アプリ名: shoplier
- ・価格: 無料
- ・登録カテゴリー: ライフスタイル、エンターテインメント
- ・対応機種: iPhone、Android端末
- ・対応OSバージョン: iOS4.3以降、Android2.2以降
- ・アプリのダウンロード方法: App Store、Google Playにアクセスし「shoplier」と検索

キャンペーンの流れ

ミッション遂行



渋谷のショップや
ランドマークにチェックイン



特設バーコードをスキャン

ソーシャル拡散



キャンペーン参加者が
SNSに情報をフィード

特典をGET



その場で抽選して賞品が当たる



当たった賞品をブースで交換

参考：「INFOSOUND™」について

『ショプリエ』の来店検知機能には、ヤマハ株式会社が開発したデジタル情報を音響信号に変調して伝送するシステム、「INFOSOUND™」が使われています。

「INFOSOUND」は、人間にはほとんど聞こえないようにデータの伝送を行うことが可能です。スピーカーから出た短い情報符号（INFOSOUND信号）を携帯端末のマイクで受信し、サーバーとの連携でURL情報に変換する仕組みを用いることで、ユーザーはスピーカーに近づくだけでポイントを受け取ったり、eコマースのサイトにアクセスしてショッピングができるなどのサービスを受けたりすることができます。

ヤマハ株式会社は、「INFOSOUND」が人体にストレスを与えないことを医学的な調査で確認しました。それを踏まえ、「伝達エリアの制御がしやすい」「信号取得の精度が高い」等のメリットがあるこの技術を、店舗や公共施設、各種放送で利用したり、音楽CD等へ組み込むなど、幅広い分野で応用することを目指しています。

(INFOSOUNDのHP：<http://jp.yamaha.com/products/soundsignage/infosound/>)



参考：ジオフェンス機能について

リクルートグループの株式会社ブログウォッチャー（本社：東京都港区 代表取締役 浅野 健）(<http://www.blogwatcher.co.jp/>) は、1月28日に提供するスマートフォン向け通知型・情報配信ソリューション『Profile Passport (<http://www.profilepassport.jp/>)』を用いて、「ショプリエ」に新機能として「ジオフェンス機能」を搭載しました。

店舗が事前に指定したエリアにユーザーが近づくと、このジオフェンスではアプリをわざわざ開かなくても、PUSH形式で情報を表示することができます。そのため、ユーザーがチェックする確率は高くなります。

そのため、今回「ショプリエ」で、020のサービス強化が実現できると、効果的にユーザーにアプローチすることができ、店舗来訪の機会創出をサポートすることができます。

地図イメージ



ポリゴン(多角形)を
自由に設定可能



中心を選択して
円形で設定可能

▲店舗周辺にジオフェンスと呼ばれる、フェンスを設定し、そのエリア内に入ると、ユーザーに情報がPUSH型で配信される仕組みです

【本件に関するお問い合わせ先】

<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press/>