

NEWS RELEASE

dentsu promotion plus

株式会社電通プロモーションプラス

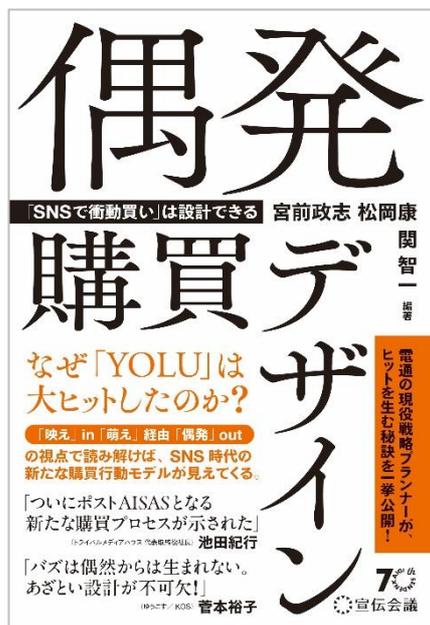
105-7001 東京都港区東新橋1-8-1

<https://www.dentsu-pmp.co.jp/>

2024年12月12日

書籍『偶発購買デザイン 「SNSで衝動買い」は設計できる』を発売 －SNS上での突発的な購買行動の心理を読み解き、 情報回遊時代に消費者を動かすマーケティング設計とは－

株式会社電通プロモーションプラス（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：藤 志保、以下「電通プロモーションプラス」）が著者として参加し、株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑、以下「電通」）が執筆と編集を担当した書籍『偶発購買デザイン「SNSで衝動買い」は設計できる』が、株式会社宣伝会議から12月13日に発売されます。



宣伝会議、四六判、272ページ、2200円（税込）

ISBN：978-4-88335-618-8

編著者：宮前 政志（電通）、松岡 康（電通）、関 智一（電通）

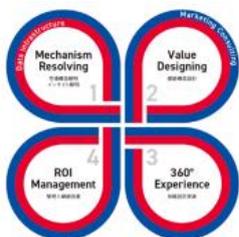
昨今、インターネット上で目的を持たずに情報収集する消費者が、検索やクリック履歴に基づいたアルゴリズムが提示する情報と出会うことによる、偶発的な購買行動が増加しています。企業にはこうした消費者

の購買行動の心理を読み解き、より柔軟なマーケティング設計を行うことが求められています。本書は、SNS などデジタル上で起こる消費者の購買行動「偶発購買」を的確に捉える新しい購買行動モデル「SEAMS®」を中心に、購買行動を具体的に設計するためのフレームワークを紹介しています。「偶発購買」をうまくマーケティングに活用している企業の成功事例や、マーケティング指標・KPI の設定ガイドラインなども掲載し、実践的なアプローチを提案しています。企業のマーケティング担当者が新しい消費行動に対応する際の手引書として活用していただけます。

【目次】

- 第 1 章 情報回遊時代の偶発購買モデル SEAMS®
- 第 2 章 プライベート情報時代のユーザーブランド
- 第 3 章 ソーシャルステータス時代のコミュニティ消費スイッチ
- 第 4 章 衝動買い時代の偶発購買デザイン
- 第 5 章 モバイルパンデミック時代の新価値自走型プロダクト開発

電通プロモーションプラスは、第 1 章の情報回遊時代の偶発購買モデル SEAMS における「コラム① SEAMS ×マーケティング・プロモーションとコロナで起きたパラダイムシフト」と、第 3 章のソーシャルステータス時代のコミュニティ消費スイッチにおける、「CASE STUDY ショップ店員を起用しながら、VTuber とコラボ、A / B 両面からの展開で成功した hoyu Beauteen 事例」を執筆しています。



本書『偶発購買デザイン「SNSで衝動買い」は設計できる』で取り上げる購買行動モデル「SEAMS®」や実践的な偶発購買のプランニング手法「偶発購買デザイン」は、電通が提唱する事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の 4 つのプロセスのうち、Mechanism Resolving (市場構造解明・インサイト解明) に該当するサービスです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

<本件のお問い合わせ>

株式会社電通コーポレートワン

1 C 推進オフィス

電通プロモーションプラス 広報担当：小笠原、代田

MAIL : kouhou@dentsu-pmp.co.jp

当社では、現在リモートワークを実施しており、お問い合わせはメールにてお願いいたします。