

コンサルティング・導入事例

大手チョコレートブランド

インドネシア市場参入にあたり、
スポンサー記事/ユーザーアンケートを実施



限定ECサイトを構築し、市場反応を
素早く低コストで確認

大手美容ブランド

現地代理店と共に参入済市場にて
新たに認知度拡大方法を確立



参入済市場にてスポンサー記事/
アンケートを実施



プロモーション戦略の布石を打ち、認知度・売り上げ拡大に貢献



Etsuri ltd.

所在地 / 407 Union Wharf, 23 Wenlock Road, London, N1 7SZ United Kingdom 設立年月日 / 2013年11月4日

役員 / 代表取締役: 横山竜太郎、取締役: VON RETTIG, Robert, Jacob

事業内容 / ニュースメディア運営・広告プロモーション業・販売促進業 資本金 / Capital 350,000 Pounds

2013年にEtsuri ltd.を設立

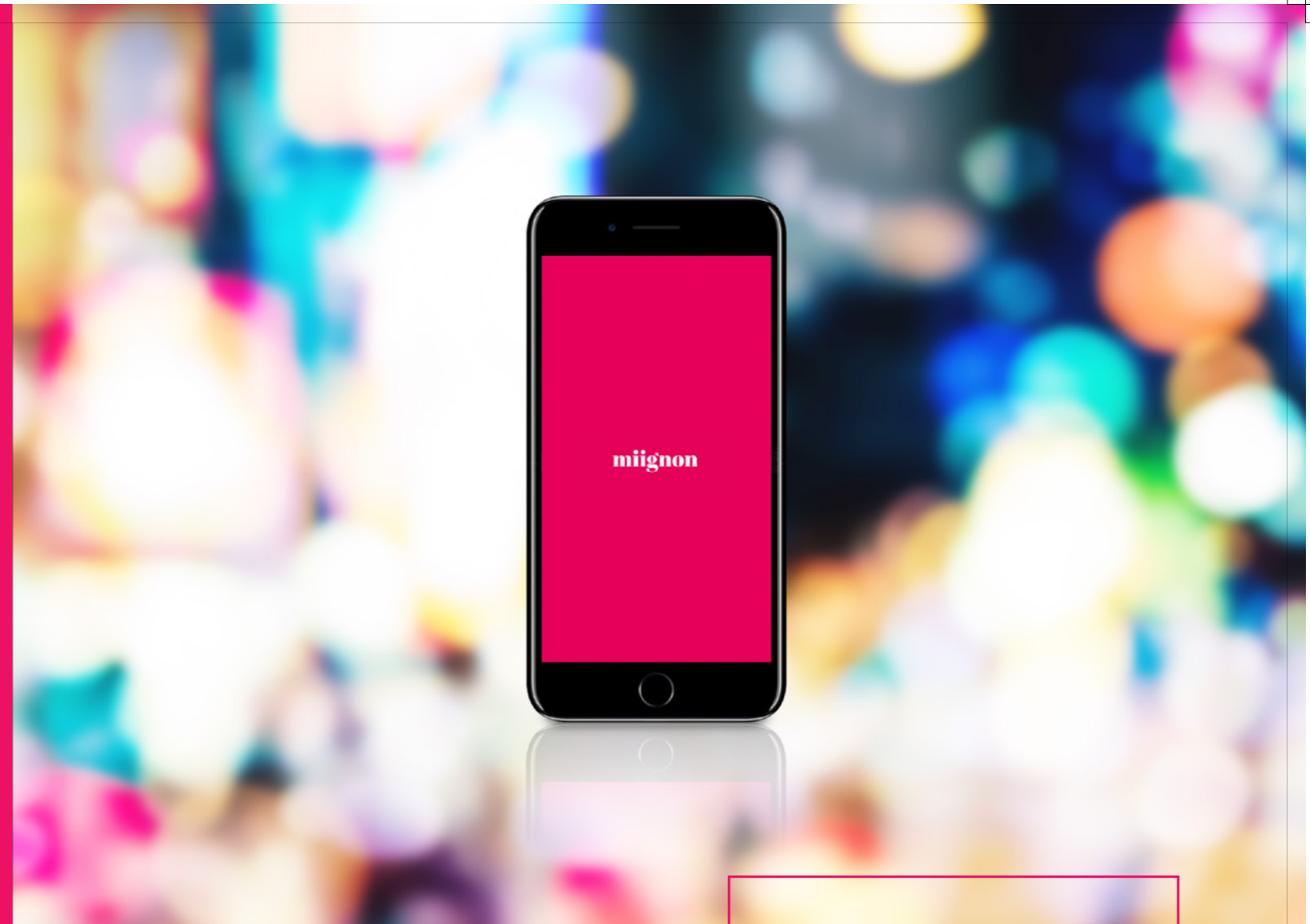
2014年に自然言語処理エンジンを英サセックス大学と共同開発

同エンジンを使った英語圏向けニュースサイト・アプリケーションを作成

現在はエンジンのみ提供

2017年 4月に新規オンラインメディア (miignon.com) をインドネシア向けにローンチ

お問い合わせはこちらまでお気軽にご連絡ください MAIL / info@miignon.com もしくは ryutaro.yokoyama@etsuri.com



miignon



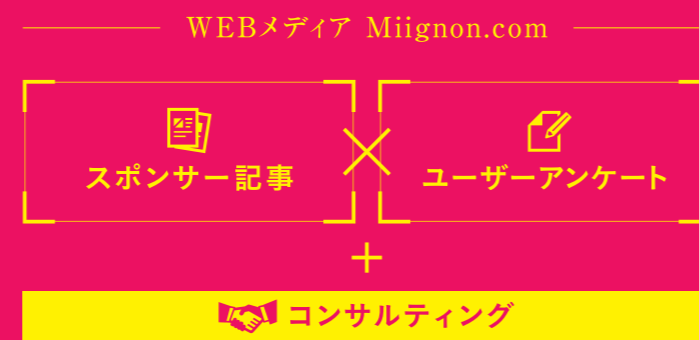
<https://miignon.com/>

伸びるインドネシア市場。

新規マーケット開拓の**最適解**が
ここにあります。

Miignon.comとは

Miignon.comはインドネシアF1層向けのWebメディアです。ビューティ、コスメ、ファッションやライフスタイルなどのトピックを中心に、月間500万PVを超えるメディアと注目されています。商品のスポンサー記事やユーザーアンケートを通じてインドネシアのマーケットニーズを適切に把握。無駄なコストを減らし効果的な市場開拓をサポートします。

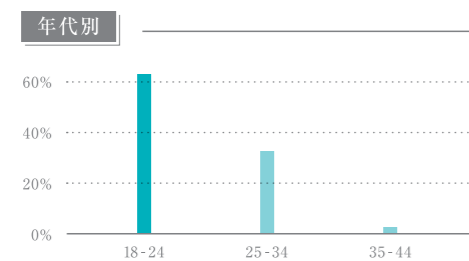


なぜ今インドネシア市場なのか

インドネシアの人口は、20年には2.5億人を超えると予測されています。人口構成を見ると、20歳未満人口が全体の4割を占める典型的な途上国型の人口ピラミッドを形成しています。2020年時点では、成長が促されやすい“人口ボーナス”期を示す釣鐘型の形状となることが予想されます。

人口構成の観点から、若年人口が多く、かつ今後の消費が伸びると予測され、さらにハラル市場を把握することで同様の市場へのアプローチも見込めるなど、インドネシアは新規マーケット開拓の選択肢として条件の揃った、いま注目の市場なのです。

Miignon アクセス解析:分布図



お客様のメリット

月間500万PV超え!

1 無駄な変更コストを抑える

国や文化が変わると商品デザインなど消費者とのイメージ摩擦が生じます。記事やアンケートを通じてユーザーのニーズを把握、無駄な変更コストを抑えることが可能です。

2 有力メディアを活用できる

月間500万PVを超えるメディアを活用することで潜在消費者へリーチします。その中から競合情報を得ることで、代替商品の有無や、その特徴を知り効果的な市場展開を図ることができます。

3 永続的にリーチできる

WEBメディアを活用することで消費者がGoogleなどで検索した時、“記事”として残ります。一度きりのプロモーションではなく、永続的に消費者へリーチすることが可能です。

4 市場参入時の導入コストを抑えられる

Miignon.comは他の現地ウェブメディアと比べても価格設定を大変低く抑えました。導入コストを抑えることでお試ししやすい環境を整えました。

5 費用対効果の高い施策ができる

口コミ効果が強いインドネシア市場ではWEBメディアからの発信は効果的です。費用対効果の高い施策で販路拡大への初期アプローチ手段としてご活用いただけます。