

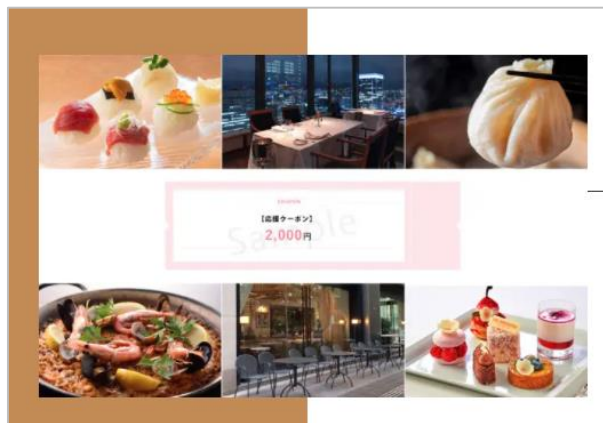
【商業施設】クーポン & Instagram拡散による来館施策

①グルメ・ファッションと分けて紹介



丸の内では秋のファッションを楽しむ企画として、人気スタイリストの辻直子さんがセレクトした商品を掲載。33ショップのものを取り上げました。グルメ編では、レストラン予約と連動することで、行動喚起につなげることができ、読者コメントでは実際に「行きました」と書き込む方が多数、見られました。

②クーポン施策



丸の内エリアの35店で使える2000円クーポンを先着500名様にプレゼント。9/16～12/20まで配布・利用期間を設けていましたが、9/29AMには、予約上限数の500に達しました。

③Instagram発信・拡散



オズモールのユーザーSNSコミュニティ「東京女子部」の体験レポーター30名をキャスティングし、26ブランドの秋ファッション体験を実施。体験後、レポーター自身のInstagramアカウントで投稿、首都圏の女性を中心に発信・認知。

施策概要

媒体：オズモール / 展開時期：2021年9月 / クーポン：2000円OFF 先着500名

展開内容

丸の内の商業施設の活性化につながる施策として、グルメ・ファッションの視点に分けて記事を展開。ファッション編では、人気スタイリスト・辻直子さんによるトレンドコーディネート30選に加えて、東京女子部レポーターによる体験と拡散も実施。グルメ編ではオズモール厳選レストラン35店で利用できるクーポンを配布し、来館促進とした。

URL

<https://www.ozmall.co.jp/especial/article/28270/>
<https://www.ozmall.co.jp/especial/article/28268/#fashion1>
<https://www.ozmall.co.jp/especial/article/28269/#fashion2>