

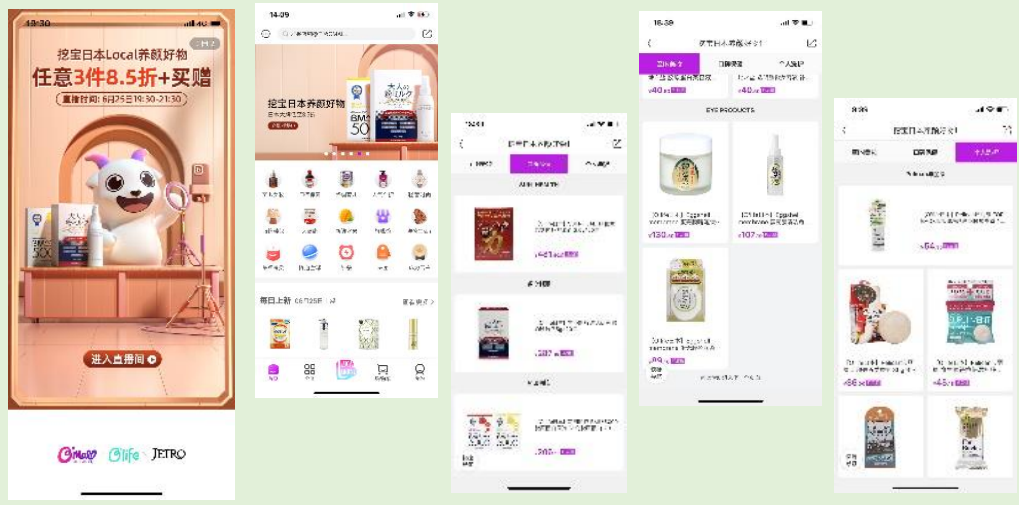


ONION GLOBAL



・ ECアプリ「O'mall」
<https://www.onion-jp.net/company/>

▼商品のポップアップバナーと特設サイト



▼株式会社OceanInfinity (オニオングループJAPAN) の特徴

- 株式会社OceanInfinityはオニオングループの日本グループ会社。
- 2014年に越境ECプラットフォームにソーシャルバイヤーマーケティングを組み合わせたECプラットフォーム「O'mall」を立ち上げる。
- 2019年には「O'mall」の総売上高は100億元を突破し、ユーザー数は1億1000万人、および、店長（ソーシャルバイヤー）は80万人に達している。
- 現在、ONION（洋葱）グループは、中国の3つの総合保税区「広州白雲空港保税区」「広州南沙港保税区」「広西南寧保税区」に倉庫を有しており、注文に従って各倉庫から発送されている。



株式会社OceanInfinity（オニオングループJAPAN）

1. プロモーション概要・実施期間

- ◆ イベント実施時間：2021年6月25日～6月28日
- ◆ キャンペーン内容：ライブ時間帯（3個買うと15%OFF） + ライブ時間帯外（3個買うと10%OFF）
- ◆ 合計GMV：263,303人民元/3,740件

株式会社OceanInfinity (オニオングループJAPAN)

2. ライブ当日

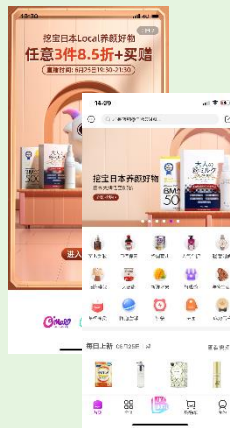
- ◆ 実施日時：2021年6月25日 19:30~21:30 (中国時間)
- ◆ ライブ配信閲覧数：7.2万
- ◆ ライブ配信イイね獲得数：1.2万

商品販売開始までの流れ



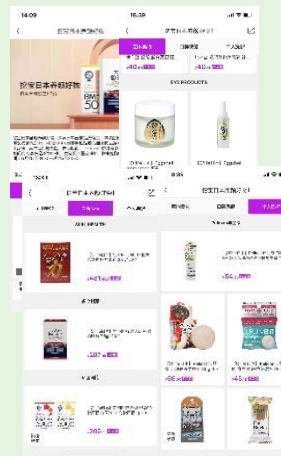
媒体での宣伝開始

6月23日-6月25日
様々な媒体での宣伝



ポップアップバナーと
トップバナー

6月25日
正式に販売開始



特設の商品ページ



6月26日-6月28日
口コミによる人気を維持

株式会社OceanInfinity（オニオングループJAPAN）

3. オンラインストア広告



ポップアップバナー及びトップバナー

概要：

Onionプラットフォームは膨大なアクティブユーザーがいるため、ポップアップバナー及びトップバナーを使い効果的にユーザーをイベント会場へ誘導させる。

結果：

イベント期間中にポップアップバナーとトップバナーを連動させることで、Onionプラットフォームを利用するアクティブユーザーをライブ配信会場へ誘導し、商品購入に繋げることができた。

株式会社OceanInfinity (オニオングループJAPAN)

4. KOLによる購買意欲促進: WeChatグループチャット & モーメンツでの宣伝



KOLによる宣伝活動

概要:

- 1) WeChatモーメンツに画像をアップして宣伝
 - 2) WeChatグループでの告知による拡散
- ⇒ブランドや商品への購買意欲の促進

結果:

販売前に影響力のあるKOLが宣伝し、話題作りに成功。発売当日も、ライブコマース及びオンラインストアのイベントを継続して拡散させた。

株式会社OceanInfinity（オニオングループJAPAN）

5. 購買意欲促進施策：事前告知活動②



Onion公式アカウントによる WeChatモーメンツへの広告

概要紹介：

- 販売商品の宣伝用写真/動画のコンテンツ制作
- 店主のWeChatモーメンツに拡散
- 中高級消費者（一定の基準を満たしている消費者）へ拡散

結果：

Onion公式アカウントより、ターゲットの消費者に直接宣伝し、情報伝達の効率を高め、イベント及び商品情報を効率的かつ効果的に宣伝することができた。

発売前日から継続的に、グループ広告で、潜在的な消費者ターゲットに直接的に商品とセール情報を宣伝し、拡散から商品購入までの効率を高めることができた。

株式会社OceanInfinity（オニオングループJAPAN）

6. 購買意欲促進：商品紹介動画

各ブランドの商品特色を詳しく紹介

概要：

各ブランド商品の販売向上のため、商品紹介動画を作成。
商品紹介動画により、ブランドと商品のセールスポイントが
ユーザーに詳しく伝わり、好印象を植え付け、販売を向上させる。

イベント企画

- 撮影場所：OLIFE店内
- 概要： ジェトロ及び日本国内の有名ブランドと共同で日本の良い商品を打ち出す。

結果

- ライブ配信閲覧数：7.2万+a

ハイライト

- ✓ 各ブランド商品の特徴を詳しく紹介



株式会社OceanInfinity（オニオングループJAPAN）

6. 購買意欲促進：商品紹介ライブ配信

商品紹介コーナー

概要：

ライブコマースによってブランドや商品の認知度を上げ、視聴者のブランドと商品の購買意欲を向上させ、売り上げをアップする。

イベント企画

- **ライブ会場**：Onion中国本部
- **イベント概要**：ジェトロ及び日本国内の有名ブランドと共同で日本の良い商品を打ち出す。

結果

- **ライブ配信閲覧数**：7.2万+a
- **いいね数**：1.2万+a

ハイライト

- ✓ 日本国内の有名なブランドの詳細紹介
- ✓ ライブ配信時限定プレゼント抽選



商品紹介動画もライブ 配信中に放送



株式会社OceanInfinity（オニオングループJAPAN）

7. SNS上での話題づくり：Weibo公式アカウント

OMALL公式アカウント：Weibo（微博）



概要:

宣伝範囲を拡大するために、Weibo（微博）のOnion公式アカウントを全面的に使用し、数百万人以上いる現在のフォロワーに宣伝することで爆発的に拡散させる。

ライブ配信当日に、Weibo（微博）で各ブランド商品の宣伝を開始し、同日にライブ配信をすることによってネットワークを全網羅した宣伝が実現。合計PV数は5万近くに達した。