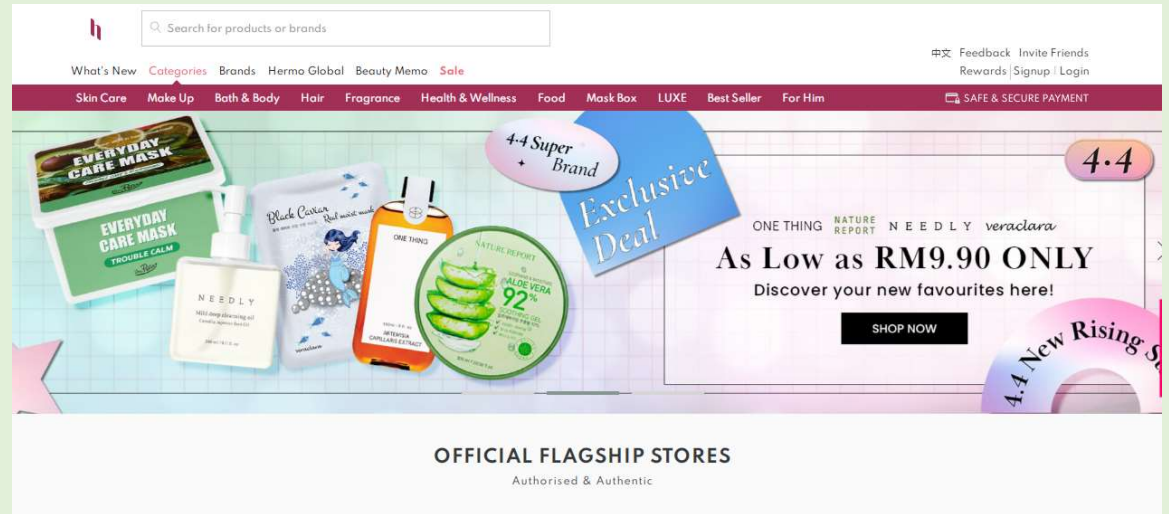




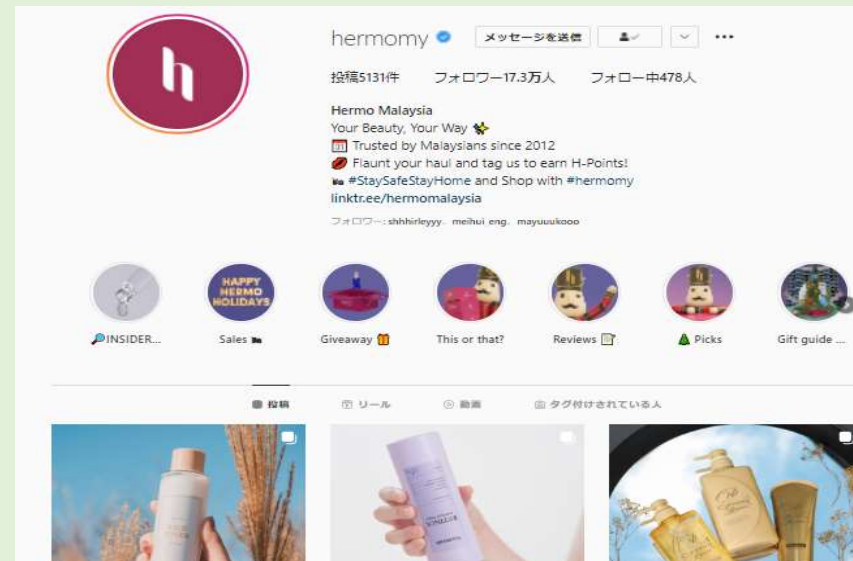
URL

<https://www.hermo.my/>

▼HERMOサイトトップ



▼Instagramアカウント



HERMO連携報告 1. プロモーション概要・実施期間

<プロモーション概要>

実施期間：2021年6月6日～2022年3月9日

商品カテゴリ：化粧品・食品

シーズンごとにJAPAN MALL特設ページを設置し日本商品をPR。約20万人のフォロワーを持つSNSも活用して広告を配信。



HERMO連携報告 2. プロモーション詳細 ①特設ページ設置

<概要>

JAPAN MALL商品を特集した特設ページを設置し、カテゴリ別やブランド別のバナーで商品を訴求
期間：6月6日～12日、12月8日～14日、3月2日～9日

【購入者特典バナー掲載】
・購入者特典に関するバナーを掲載。
購入者には特典として化粧品やキッチン用品がプレゼントされた。



【カテゴリバナー掲載】
・化粧品と、昨年度から取り扱いの始まった食品のカテゴリ別バナーを掲載。おこもり需要に合わせてスキンケア商品やスナックをPRした。



【ブランド別バナー掲載】
・ブランドごとの商品ページを設置し、各ブランドのバナーを掲載

HERMO連携報告 2. プロモーション詳細 ②トップバナー掲載

<概要> JAPAN MALLフェアを全3回実施し、HERMOサイトトップにバナーを設置

▼期間：6月6日～12日（サマープロモーション）



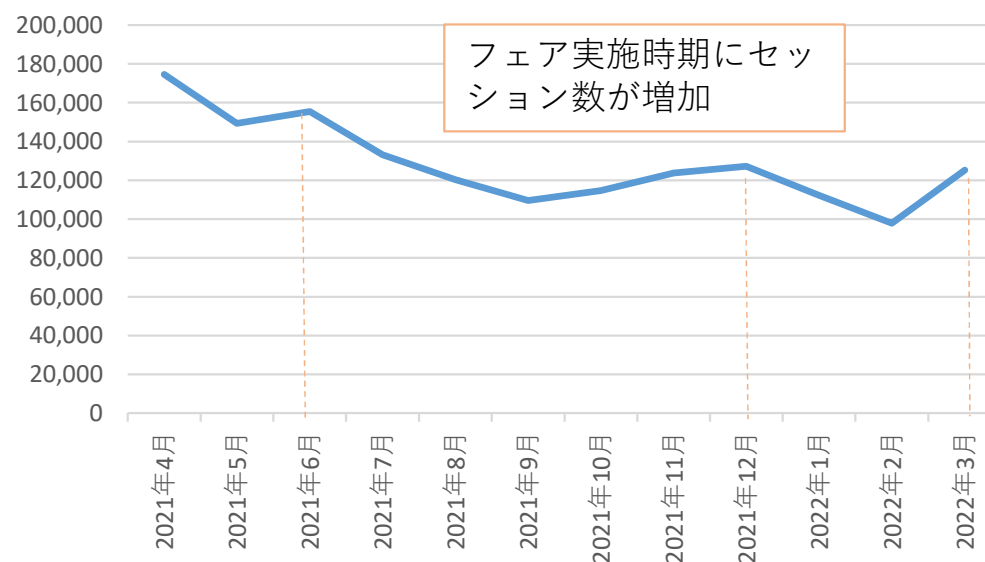
▼期間：12月8日～14日（クリスマスプロモーション）



▼期間：3月2日～9日（スプリングプロモーション）



HERMOサイトセッション数



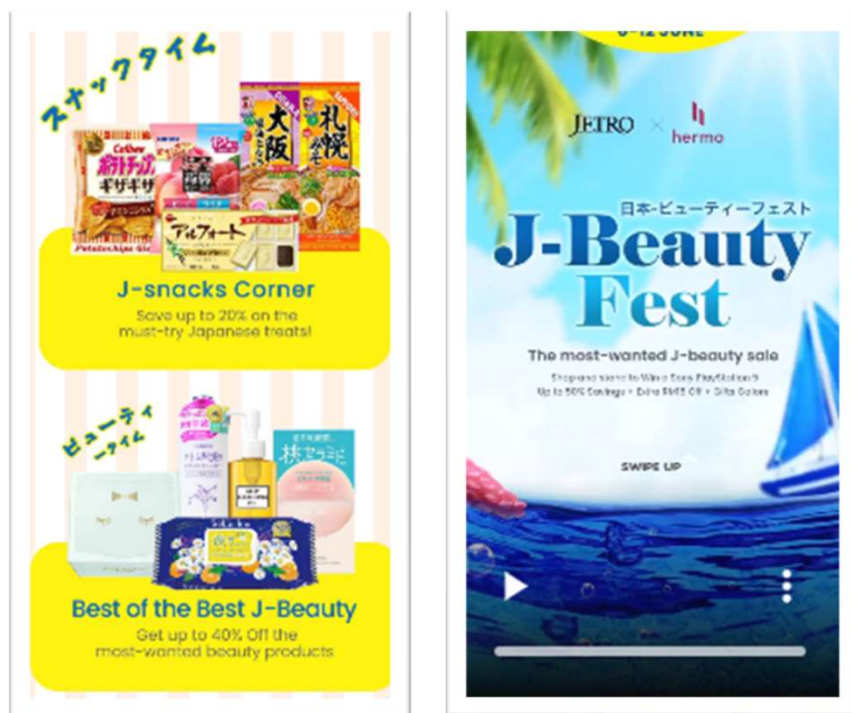
参照：Similar Web

- ✓ 6月、12月、3月にJAPAN MALL特設ページを設置し、HERMOサイトトップにバナーを掲載。
- ✓ フェアを実施した月はHERMOサイトセッション数が増加した。
- ✓ フェア実施月のサイト訪問者数はそれぞれ下記の通りで、6月が最も多かった。
【6月】155,434 【12月】127,214 【3月】125,301

HERMO連携報告 2. プロモーション詳細 ③SNS広告 (Instagram)

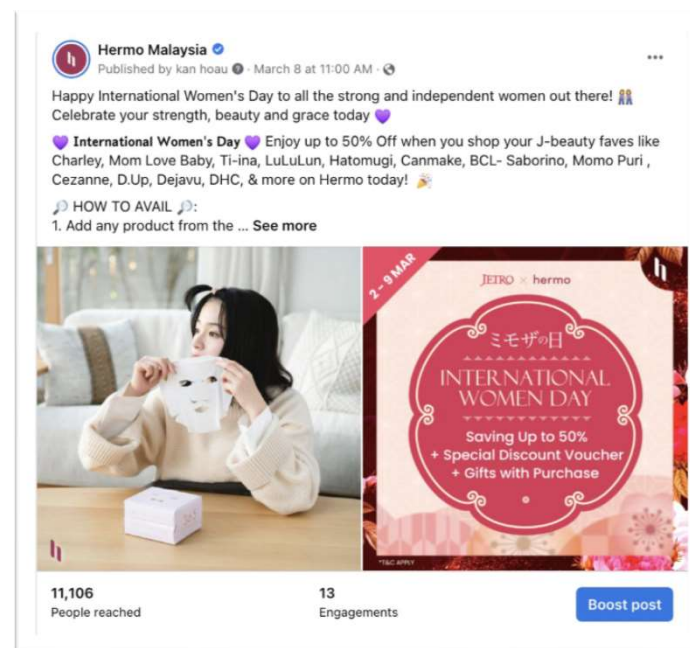
- ◆ 約20万人のフォロワーを持つ自社SNSを活用し、メインの購入層である18歳から34歳の女性向けにInstagramやFacebook等で広告を配信。
- ◆ HERMOの自社SNSフォロワー数内訳：Facebook 271,000人、Instagram 173,000人

▼効果の高かったInstagramストーリー広告



配信日: 6月6日-12日
インプレッション (表示回数) : 27,363
リーチ (閲覧数) : 22,857

▼効果の高かったFacebook広告

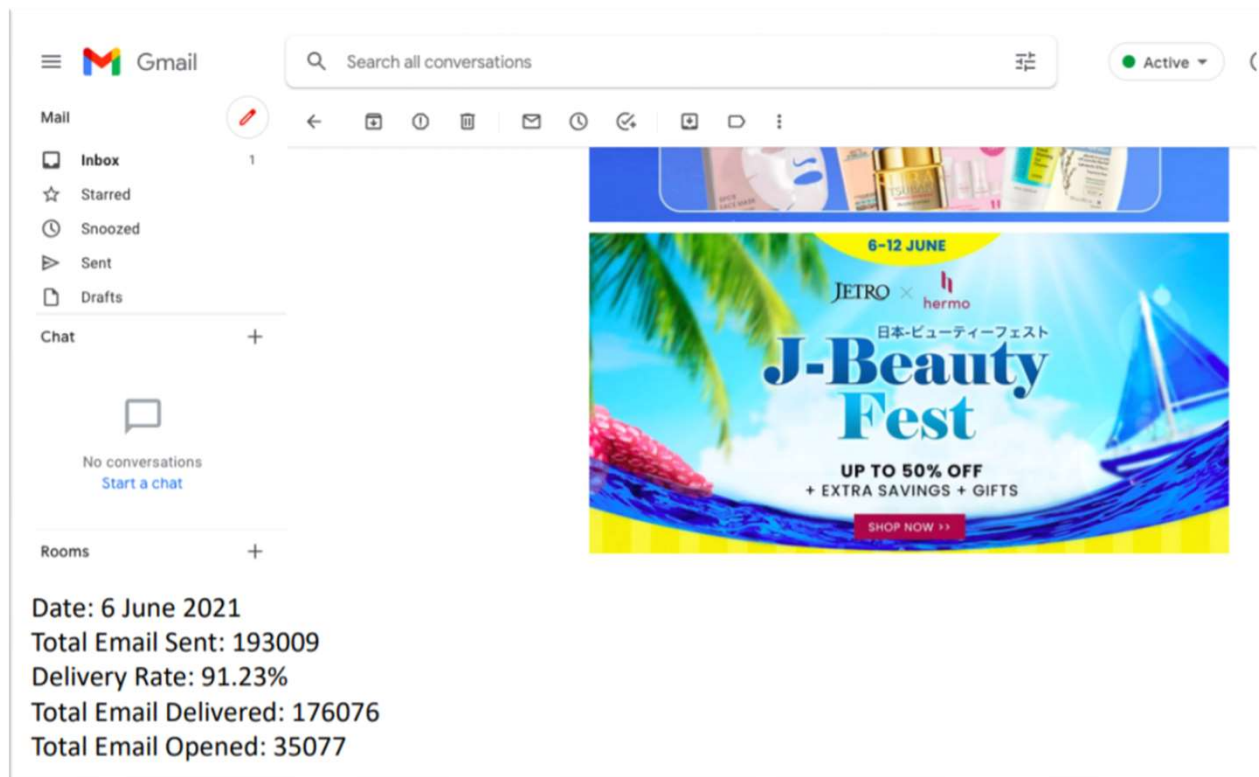


配信日: 3月8日
インプレッション (表示回数) : 11,153
リーチ (閲覧数) : 11,106

HERMO連携報告 2. プロモーション詳細 ④EDM（ダイレクトメール）送付

- ◆ リピーター層をターゲットとして、HERMOのメール会員向けにEDM（ダイレクトメール）を送付し、JAPANフェアをPR。
- ◆ EDMは1通あたり約20万人に送付され、効果の高かったもので開封率は約20%、クリック率は約1.3%であった。

【効果の高かったEDM】



The screenshot shows a Gmail interface with an email from JETRO x hermo. The email content features a vibrant beach scene with a sailboat and the text: "6-12 JUNE JETRO x hermo 日本ビューティーフェスト J-Beauty Fest UP TO 50% OFF + EXTRA SAVINGS + GIFTS SHOP NOW >>".

Date: 6 June 2021
Total Email Sent: 193009
Delivery Rate: 91.23%
Total Email Delivered: 176076
Total Email Opened: 35077

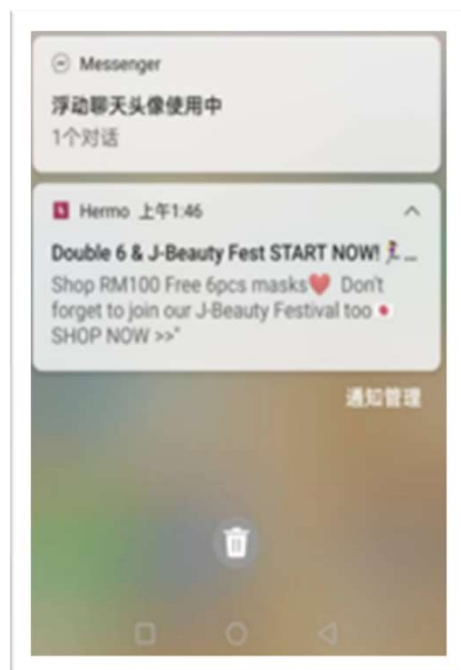


The banner features the hermo logo and "New Arrivals | Hot Deals | Mask". The main text reads: "2021 J-BEauty JOLLY XMAS SALE JETRO x hermo SAVING UP TO 50% + SPECIAL DISCOUNT VOUCHER + GIFTS WITH PURCHASE". Below this is a "J-VOUCHER ZONE" section with "Limited Quantity ONLY! | No min purchase." and three product-specific voucher codes: HATOMUGI, CANMAKE, and d'evri.

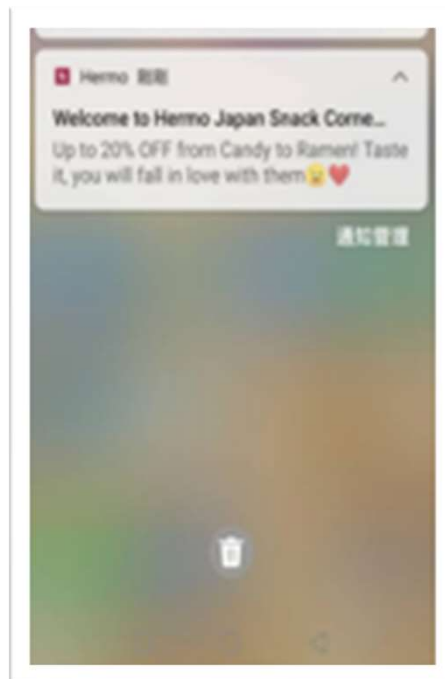
HERMO連携報告 2. プロモーション詳細 ⑤アプリプッシュ通知広告

- ◆ HERMOのモバイル（iOS、Android）アプリ利用者に向けて1回あたり約10万通のプッシュ通知を配信。iOSとAndroid共に0.7%前後のクリック率となった。

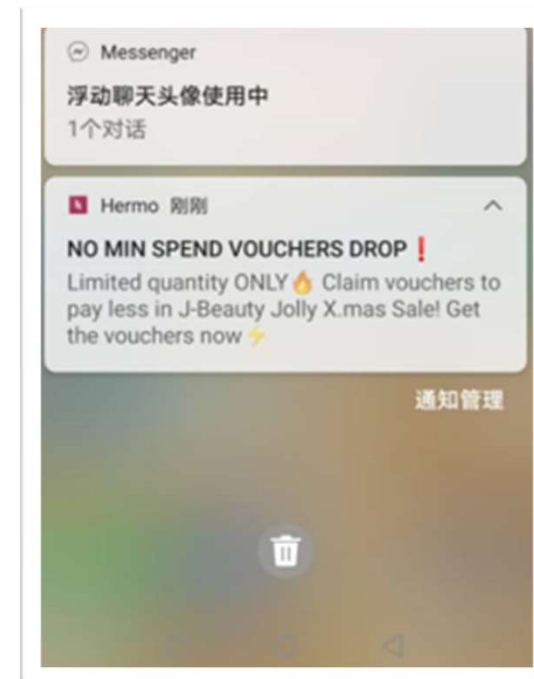
【効果の高かったアプリプッシュ通知】



配信日：6月6日
配信数（iOS）：42,000
クリック率：0.9%
配信数（Android）：53,100
クリック率：0.85%



配信日：6月8日
配信数（iOS）：42,100
クリック率：0.74%
配信数（Android）：53,200
クリック率：0.7%



配信日：12月9日
配信数（iOS）：40,590
クリック率：0.52%
配信数（Android）：47,547
クリック率：0.64%

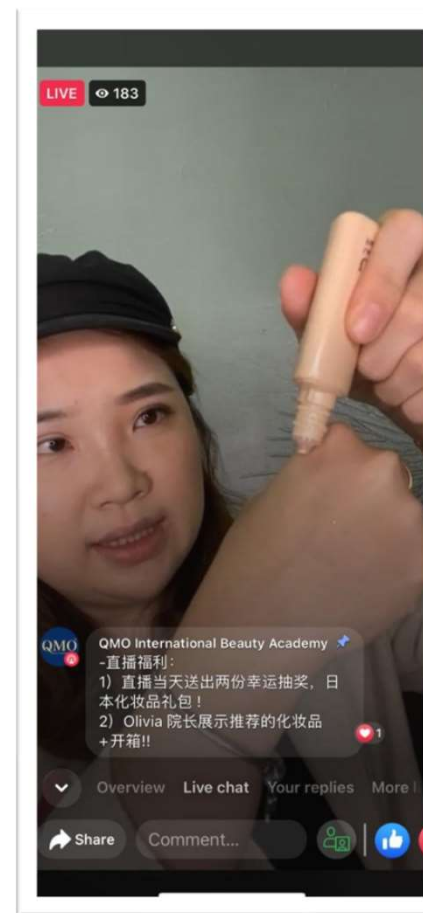
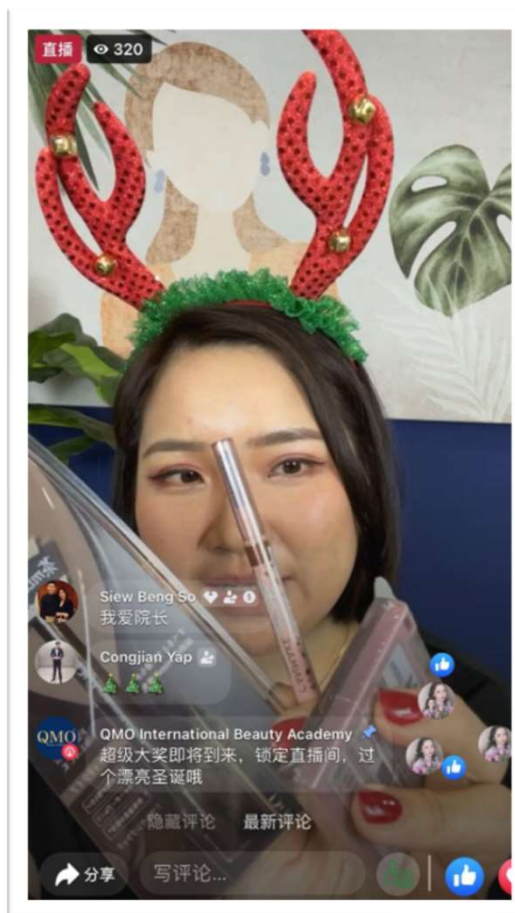
HERMO連携報告 2. プロモーション詳細 ⑥インフルエンサー広告

- ◆ 新規顧客層獲得のため、インフルエンサーを活用し、Facebook Live等で商品PRを実施。
- ◆ メイクアップ・ネイル・ヘアスタイリング技術のコンテンツ提供を行うメイクアップアーティスト育成学校「QMOアカデミー」のインフルエンサーがその場で商品を紹介し、商品を購入できるサイトとしてHERMOを紹介。

インフルエンサーによる商品紹介の様子▶

<効果 (1回あたり) >

リーチ (再生数) : 5,391回
最高視聴人数 : 320人
シェア回数 : 285回
コメント : 2,100件



HERMO連携報告 3.分析 (総括)

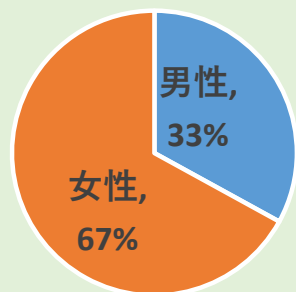
採択された商品の傾向

- ・化粧品は、フェイスパックなどのスキンケア商品や、アイメイク関連商品採択される傾向にあった。また、手指消毒意識の高まりからハンドソープなども採択された。
- ・食品はスナックやゼリー、即席ラーメンなど、家庭ですぐに食べられる商品が採択される傾向にあった。

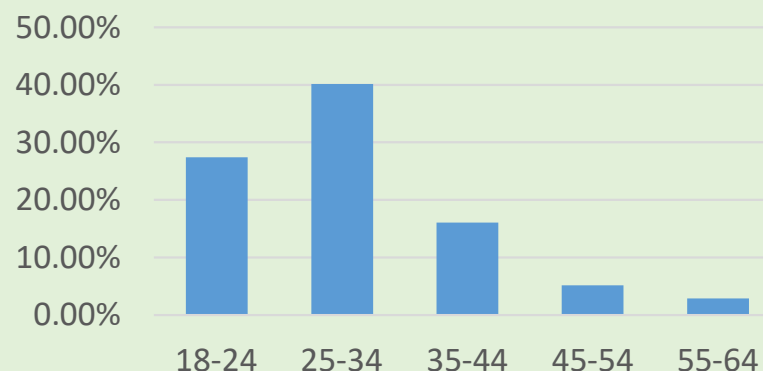
購入者層

- ・購入者の70%近くは女性で、主な年齢層は18歳～34歳
 - ・FacebookやInstagramなどSNS利用層も多い。
- HERMO自社SNSフォロワー数内訳：Facebook 271,000人、Instagram 173,000人

性別分布



年齢分布



プロモーション総括

- ・HERMOはマレーシアでトップの化粧品ECサイトで消費者からの認知も高いため、既存顧客向けのPRを中心に実施した。
- ・HERMOサイト上にJAPANフェアの特設ページを設置し、サイトトップにバナーを掲載。フェア実施月はHERMOサイトへの訪問者数が増加した。
- ・InstagramやFacebookを活用し、HERMOの自社SNSフォロワーに向けてJAPANフェアをPR。特にInstagram広告はリーチ（閲覧数）が多かった。

バイヤーコメント

- ・コロナの影響で引き続きマスク着用の必要があるため、肌トラブルが解消できるスキンケア商品や、お家で手入れできるボディケア用品、メイクアップカテゴリーではアイメイク関連商品の売れ行きが伸びた。