

オムニコマース Sales Promotion 「リテール販促キャンペーン」

2024年9月30日

楽天グループ株式会社

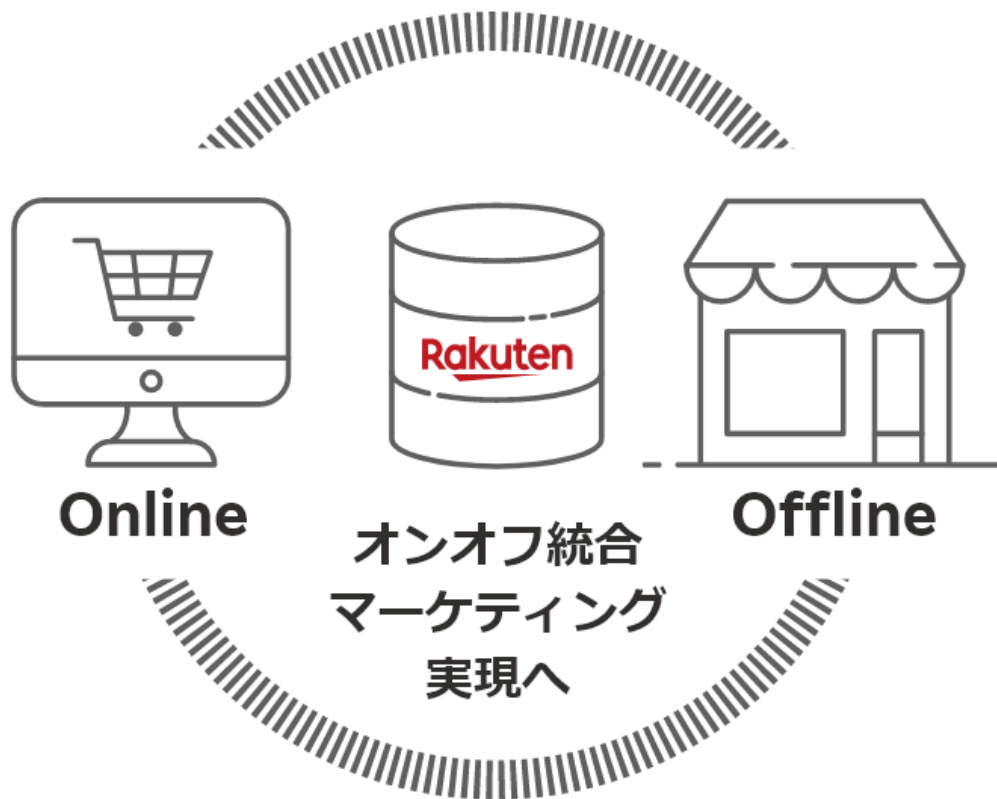


資料構成

1. オムニコマー스概要
2. Sales Promotion領域概要
3. メニュー概要
4. 実施の流れ
5. 価格
6. FAQ
7. 問合せ先

楽天オムニコマースとは

オンオフを統合したIDマーケにより
OMOでの高速PDCAを回し、ユーザのLTV最大化を実現



Sales Promotion

Customer Relation

Advertisement






楽天オムニコマースにおける課題への対応内容

現状の様々な課題を楽天オムニコマースで解決



オフラインにおける楽天オムニコマースの立ち位置

楽天IDでオン・オフ購買者の理解を高め、データに基づくPDCAが可能

		サービスA	サービスB	Rakuten	
ID基盤		△	○	◎	日本最大級の規模 正確で豊富なユーザ 属性が特徴
ポイント		△	○	◎	お客様が選ぶ「ポイント 総合満足度」No.1* オンオフ様々な場面で ポイントが貯まる
決済		△	◎	○	楽天ペイ、楽天ポイント カード、楽天Edy など様々な手段を提供
購買データ		○	○	◎	ユーザからのレシート +加盟店からの POSデータ
メニュー		◎	○	○	デジタルの強みも 活かした豊富な 販促メニューを提供

*情報元：「楽天ポイントお楽しみ図鑑」（ポイントに関する調査、有効回答=1,000、インターネット調査、2022年11月、実施機関：マイボイスコム）



オムニコマースの提供メニュー



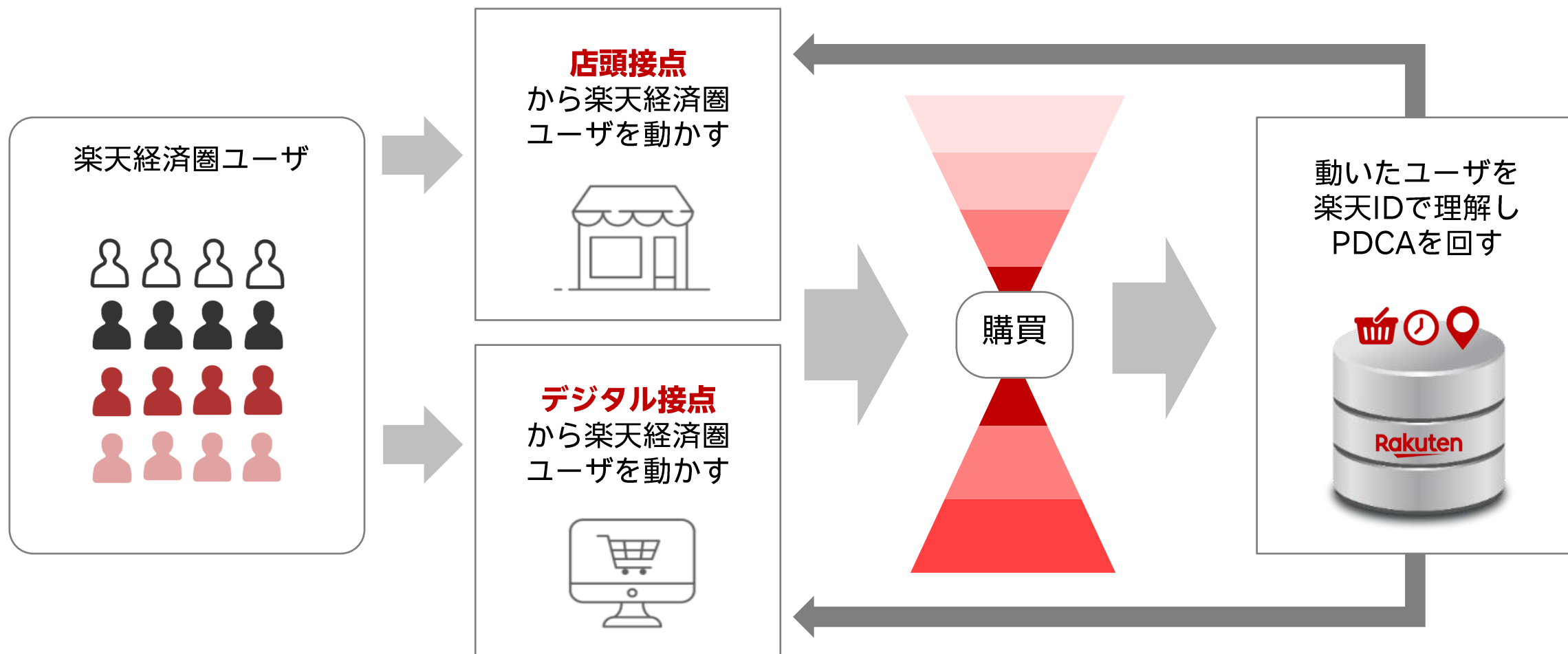
	Sales Promotion	Customer Relation	Advertisement
領域	楽天IDでターゲティングすることで、新商品販売や付加価値商品の販売押し上げなど、ニーズに応じ様々なオフラインにおける販売促進を実現	楽天が蓄積するユーザデータに基づいてユーザ購買行動を理解するとともに、ユーザとのコミュニケーションやキャンペーンなどを通して、ロイヤリティユーザを拡大	楽天の70以上に及ぶサービスのユーザ接点に加え、ディスプレイ広告、SNS広告などの楽天外のユーザ接点も活用し、楽天IDで接触を行えるユーザ消費行動の全段階に対応
メニュー	<ul style="list-style-type: none">ポイントバッククーポンリテール販促キャンペーンレシート利用キャンペーン二次元コードキャンペーンポイントギフトコード利用キャンペーン	<ul style="list-style-type: none">オフライン購買分析公式アカウント	<ul style="list-style-type: none">楽天が提供する各種広告（Instore Tracking含む）
パッケージメニュー	<ul style="list-style-type: none">レシピタイアップパッケージ		

資料構成

1. オムニコマース概要
- 2. Sales Promotion領域概要**
3. メニュー概要
4. 実施の流れ
5. 価格
6. FAQ
7. 問合せ先

購買を起点にした「楽天経済圏ユーザ」を動かす取組全体像

1億以上*の規模を誇る楽天経済圏ユーザに対し、店頭・デジタル両方から接点をもつことで、購買を促進することが可能。
また、ユーザの購買行動を理解することで、継続的なアプローチを実現。



Sales Promotion 領域のメニュー

新商品販売や付加価値商品の販売押し上げなど、ニーズに応じ様々なオフラインにおける販売促進が可能。

分類	店頭接点から動かす			デジタル接点から動かす
メニュー	リテール販促キャンペーン	二次元コードキャンペーン	レシート利用キャンペーン	ポイントバッククーポン
				
購買証明	ID-POS	二次元コード	レシート	ID-POS+レシート
審査結果	審査あり 応募後一定期間後に結果連絡	即時結果を表示	審査あり 応募後一定期間後に結果連絡	審査あり 応募後一定期間後に結果連絡
特徴	<ul style="list-style-type: none"> POP、商品接触など店舗での訴求で購入促進が可能 QR決済とポイントカードの双方の良さを活かしたスキームが可能 	<ul style="list-style-type: none"> POP、商品接触など店舗での訴求で購入促進が可能 総付けで規模が期待できる ポイント即時付与のため、ユーザのモチベーションUP 	<ul style="list-style-type: none"> POP、商品接触など店舗での訴求で購入促進が可能 様々なインセンティブ形態が可能（総付け、抽選など） 	<ul style="list-style-type: none"> 全小売を対象に店頭負担なく迅速に実施可能 事前のクーポン配布でターゲティング可能

資料構成

1. オムニコマース概要
2. Sales Promotion領域概要
- 3. メニュー概要**
4. 実施の流れ
5. 価格
6. FAQ
7. 問合せ先

「リテール販促キャンペーン」の強み



1. 楽天ポイント×店頭からのユーザー訴求

お客様満足度No.1の楽天ポイントを活用して、キャンペーン対象小売にてPOPなど店頭での店内告知が可能

2. ポイントカードとQR決済から選べるスキーム

ポイントカード提示、QR決済どちらのスキームでもキャンペーンの実施が可能
また決済とポイントの双方の良さを活かしたスキームも可能

3. 楽天独自配信面での告知

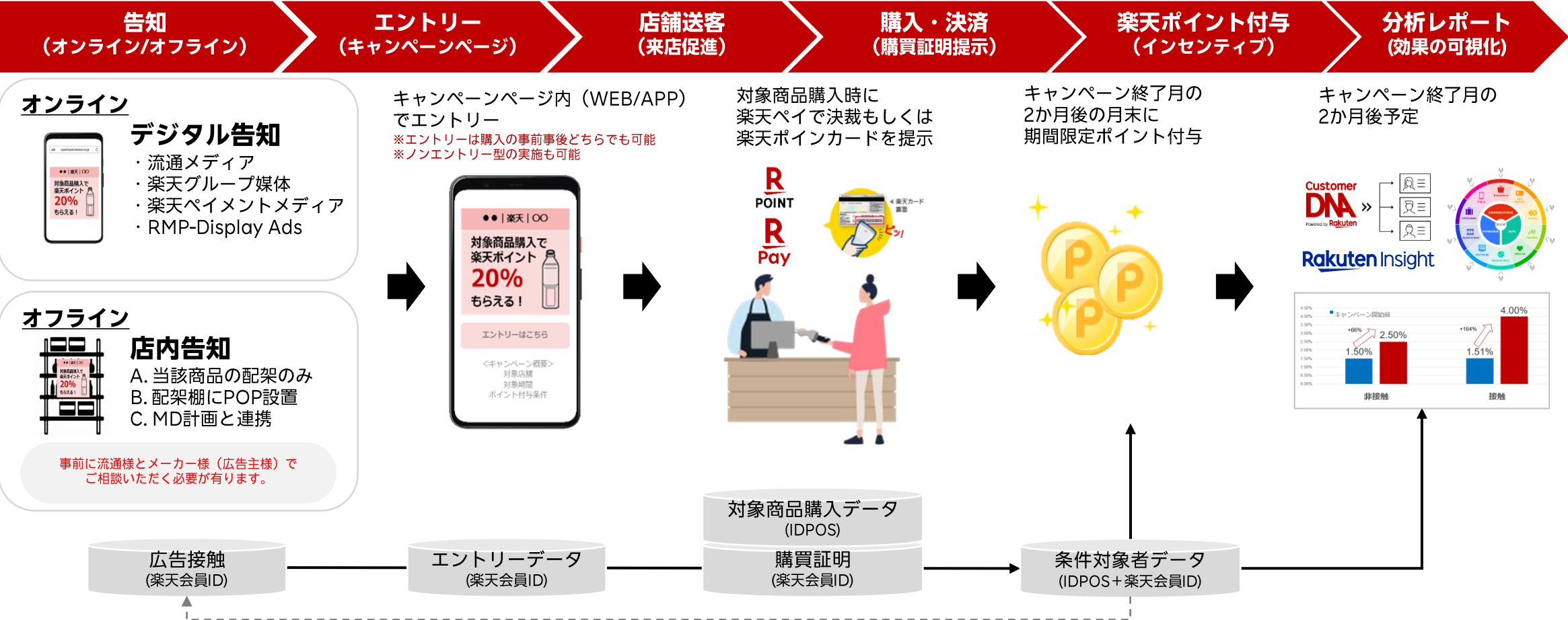
楽天ポイントカードや楽天ペイメディアへの掲出など、
通常メーカー様へ提供していない楽天プレミアムメディアでキャンペーンの告知が可能



ID×購買データに基づくPDCA強化

実施フロー

オンライン・オフラインメディアにてキャンペーンを告知し、対象店舗で楽天ペイ決済もしくは楽天ポイントカードを提示の上、対象商品を購入いただくことにより、総付けまたは抽選で楽天ポイントを付与。



※楽天グループ・楽天ペイメント社のロゴ、および楽天ポイントカードに関連する表記を掲出する際は、楽天株式会社と楽天ペイメント株式会社の事前審査が必要。

※エントリー有無は企画により、変更となる可能性あり。

※ユーザーへ付与する楽天ポイントは、期間限定ポイント（付与日から6カ月有効）

① 楽天ポイントを基軸とした経済圏ユーザーへの訴求

楽天ポイントは、お客様が選ぶ「昨年もっとも貯まったポイント」「ポイント総合満足度」「もらってうれしいポイント」のすべてにおいてNo.1*のポイントです。楽天グループの多彩なサービス利用時にポイントを貯めたり使ったりすることができ、楽天エコシステム（経済圏）での回遊的・継続的な利用を促しています。



※情報元：「[楽天ポイント お楽しみ図鑑](#)」

（ポイントに関する調査、有効回答=1,000、インターネット調査、2022年11月、実施機関：マイボイスコム）

② 多様なキャンペーンスキーム

決済とポイントの双方の良さを活かした「楽天ペイあるいは楽天ポイントカード」によるキャンペーンが可能。

	決済	ポイント	特徴
参加方法 ①		小売ポイント/ 各社ポイント	<ul style="list-style-type: none">■ 利用対象になるお店が多い*■ 事業者問わず、決済比率は小さい <p>*該当商品の購買データを 共有いただける小売が対象になります</p>
or &			
参加方法 ②	各社QR決済/ 電子マネー/ カード/現金	 	<ul style="list-style-type: none">■ 様々な決済手段との併用が可能で、各小売での利用者が多い■ 利用対象のお店は限定的 <p>*一部流通では商品購買データによる 詳細分析も可能</p>

付加価値としての「ID×購買データに基づくPDCA強化」

効果の分析・改善だけでなく、常時連携されているPOSデータ（特定流通）と楽天IDデータをかけ合わせることで、キャンペーンの前後比較や幅広い課題に活用できる分析データ抽出と解決提案が可能です。

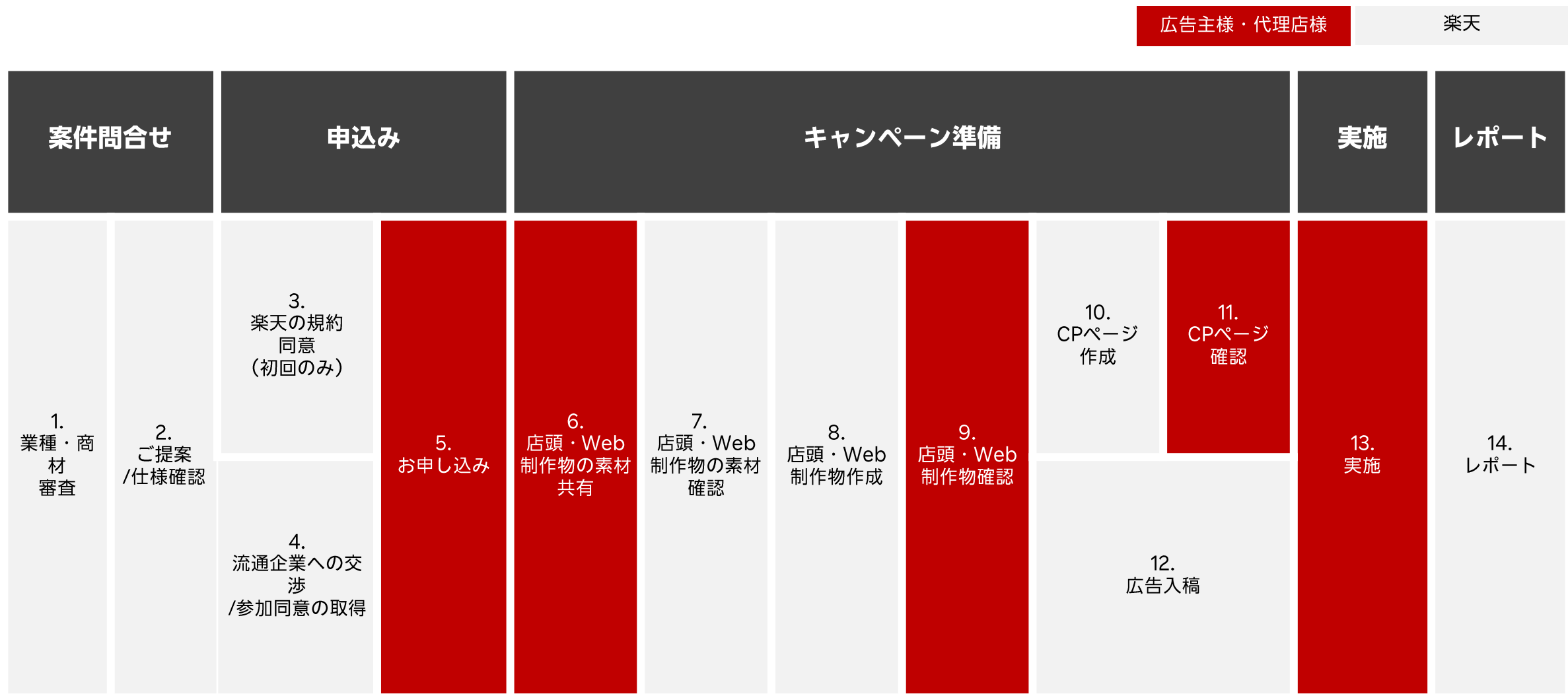


資料構成

1. オムニコマース概要
2. Sales Promotion領域概要
3. メニュー概要
- 4. 実施の流れ**
5. 価格
6. FAQ
7. 問合せ先

全体の流れ

申し込み前に流通企業への交渉を行ったうえで、各種制作物の進行。



全体の流れ

分類	No	ステップ	対応社	特記事項
案件問合せ	1	業種・商材審査	楽天	
	2	ご提案 / 仕様確認	楽天	
申し込み	3	楽天の規約同意（初回のみ）	広告主様・代理店様	
	4	流通企業への交渉 / 参加同意の取得	楽天	対象となる流通企業の参加交渉は弊社にて行いますが、場合によってはご希望に添えないこともございますのでご了承ください。
	5	お申し込み	広告主様・代理店様	申込仕様書に、キャンペーン企画内容をご記載の上、申し込みいただきます。 ※対象商品名、JAN等の商品情報もいただきます。新商品で情報が揃わない場合は、No.5のタイミングで再度情報を入稿いただくことになります。
キャンペーン準備	6	店頭・Web制作物の素材共有	広告主様・代理店様	流通企業にて掲載する店頭販促物、Webバナー用の商品画像、ロゴをご用意いただきたいです。
	7	店頭・Web制作物の素材確認	楽天	楽天によるクリエイティブチェックを実施します。
	8	店頭・Web制作物作成	楽天	流通企業にて掲載する店頭販促物、Webバナーの作成を行います。
	9	店頭・Web制作物確認	広告主様・代理店様	レギュレーション上、問題がないかをご確認いただきたいです。
	10	CPページ作成	楽天	定型のキャンペーンページに情報や画像の設定をします。
	11	CPページ確認	広告主様・代理店様	
	12	広告入稿	楽天	
実施	13	実施	楽天	定期的に、数値レポートをご提供します。
レポート	14	レポート	楽天	参加者数、参加者デモグラ、商品別実績などの集計データをご提供します。

実施ステップ別の補足

業種・商材審査 ※（初回のみ）楽天規約同意

ご提案・お申込み前に【企業・商材可否審査】をさせていただきます。

※初めてお申込みいただきます広告主様においては、審査後、別途基本契約締結が初回のみございます。

ご提案/仕様確認

実施する内容やお見積り等について、以下のような内容をご確認させていただきます。

【概要】

- ・ 実施時期
- ・ キャンペーン内容（対象商品、実施期間における対象商品の配荷個数、ポイントバック率など）
- ・ 方針：予算総額、KPI
- ・ 告知広告の設計：商品内容、メディアプラン、ターゲティング設計
- ・ 全体的な進行スケジュール
- ・ お見積り

【留意事項】

- ・ 対象流通企業は弊社から参加交渉をいたしますが、ご希望に添えない場合もございますためご了承ください。

資料構成

1. オムニコマース概要
2. Sales Promotion領域概要
3. メニュー概要
4. 実施の流れ
- 5. 価格**
6. FAQ
7. 問合せ先

料金プラン

■基本費用（パッケージプラン）

項目	内容	金額（税別）	備考
プラットフォーム利用費	LP/制作物、楽天ペイメント媒体の露出、流通企業への交渉	500万円	
楽天ポイント実費	通常還元分のユーザー付与分の実費	1.0円 / ポイント （付与分のみに発生）	※本費用は不課税となります
楽天ポイント手数料	ユーザー付与されたポイント数に応じた手数料	0.3円 / ポイント （付与分のみに発生）	
合計		500万円～+ 楽天ポイント実費・手数料	

料金プラン

■有料オプション

分類	オプション	詳細	金額（税別）	ご請求月
誘導広告 （楽天ペイ内）	決済完了画面バナー	数百万回/日の決済回数を誇る楽天ペイアプリの決済完了後の画面を活用した広告になります。	35円,50円,60円/CPC	各掲載月
	キャンペーン一覧（グループ枠）	楽天ペイのキャンペーン情報が集まっているページの下部の「楽天グループのおすすめ特集」枠になります。	250,000円/月	各掲載月
	ホームバナー	楽天グループの中でも有数の起動回数を誇る楽天ペイアプリのホームスクリーン直下の広告バナーとなります。	2,500,000円/月	各掲載月
	決済完了画面リワード広告	数百万回/日の決済回数を誇る楽天ペイアプリの決済完了後の画面を活用したポップアップ表示形式の広告になります。	50円,65円,75円/CPC	各掲載月
	お知らせ機能画面バナー	楽天ペイユーザ向けに新しい情報を届けるお知らせ機能の画面を活用した広告となります。	35円,60円/CPC	各掲載月
	楽天ペイニュースメール広告	最大400万の楽天ペイユーザに対して送付可能な「楽天ペイニュース」となります。	2円/通	各掲載月
	郵送DM+決済完了画面バナー	楽天ペイユーザ向けに、ユーザ属性と決済情報を掛け合わせたセグメントが可能なDM広告となります。	40円/通 ※ 別途郵送費用が発生	各掲載月
インサイト調査	事後リサーチ	クーポン配信にて獲得したユーザーに対し、追加で詳細調査を実施できます（楽天インサイト）。個別見積りとなりますので、弊社営業担当までお問い合わせ下さい。	都度見積もり	納品月
その他	購買ユーザーへの事後広告配信	個別見積りとなりますので、弊社営業担当までお問い合わせください。	都度見積もり	各掲載月

基本レポート

キャンペーンサマリー、性別、年代、商品別売上、流通別売上、商品×流通別売上の集計データを提供。
最終レポートはキャンペーン終了日より2ヶ月後を目処に送付。

キャンペーンサマリー集計データ

<キャンペーン効果>

項目	実績数値
エントリー人数	
キャンペーン参加人数	
キャンペーン参加者の対象商品購入金額	

<エントリー区分別実績>

	購入人数	購入人数構成比	購入金額	購入金額構成比	購入点数	1人あたり購入金額	1人あたり購入点数
エントリー		#DIV/0!		#DIV/0!			#DIV/0!
非エントリー		#DIV/0!		#DIV/0!			#DIV/0!
合計		#DIV/0!		#DIV/0!			#DIV/0!

<デモグラ/エントリー者>

性別	年齢	構成比	エントリー者	エントリー目次対象商品購入者	購入率	エントリー目次対象商品購入者の購入金額
男性	20歳未満					
	20～29歳					
	30～39歳					
	40～49歳					
	50～59歳					
	60歳以上					
女性	男性合計					
	20歳未満					
	20～29歳					
	30～39歳					
	40～49歳					
	50～59歳					
不明	60歳以上					
	女性合計					
計						

※性別、年齢どちらかが不明の場合には不明に該当

商品別流通企業ごとの購買金額の集計データ

<メーカー×流通別実績>

メーカー	ブランド	商品名	流通	対象商品購買者数	エントリー目次対象商品購買者数	対象商品購買金額	エントリー目次対象商品購買者の購買金額	対象商品購買点数	エントリー目次対象商品購買者の購買点数
メーカー1	-	-	流通1						
メーカー1	-	-	流通2						
メーカー1	-	-	流通3						
全体	-	-	-			0	0	0	0

※対象ブランド購買者数・購買金額は流通受領データ（キャンセル処理済）で楽天会員登録されたユーザーに絞り込んだ数値を算出

<ブランド×流通別実績>

メーカー	ブランド	商品名	流通	対象商品購買者数	エントリー目次対象商品購買者数	対象商品購買金額	エントリー目次対象商品購買者の購買金額	対象商品購買点数	エントリー目次対象商品購買者の購買点数
メーカー1	ブランド1-1	-	流通1						
メーカー1	ブランド1-1	-	流通2						
メーカー1	ブランド1-1	-	流通3						
メーカー1	ブランド1-2	-	流通1						
メーカー1	ブランド1-2	-	流通2						
メーカー1	ブランド1-2	-	流通3						
メーカー1	ブランド1-3	-	流通1						
メーカー1	ブランド1-3	-	流通2						
メーカー1	ブランド1-3	-	流通3						

※対象ブランド購買者数・購買金額は流通受領データ（キャンセル処理済）で楽天会員登録されたユーザーに絞り込んだ数値を算出

<商品×流通別実績>

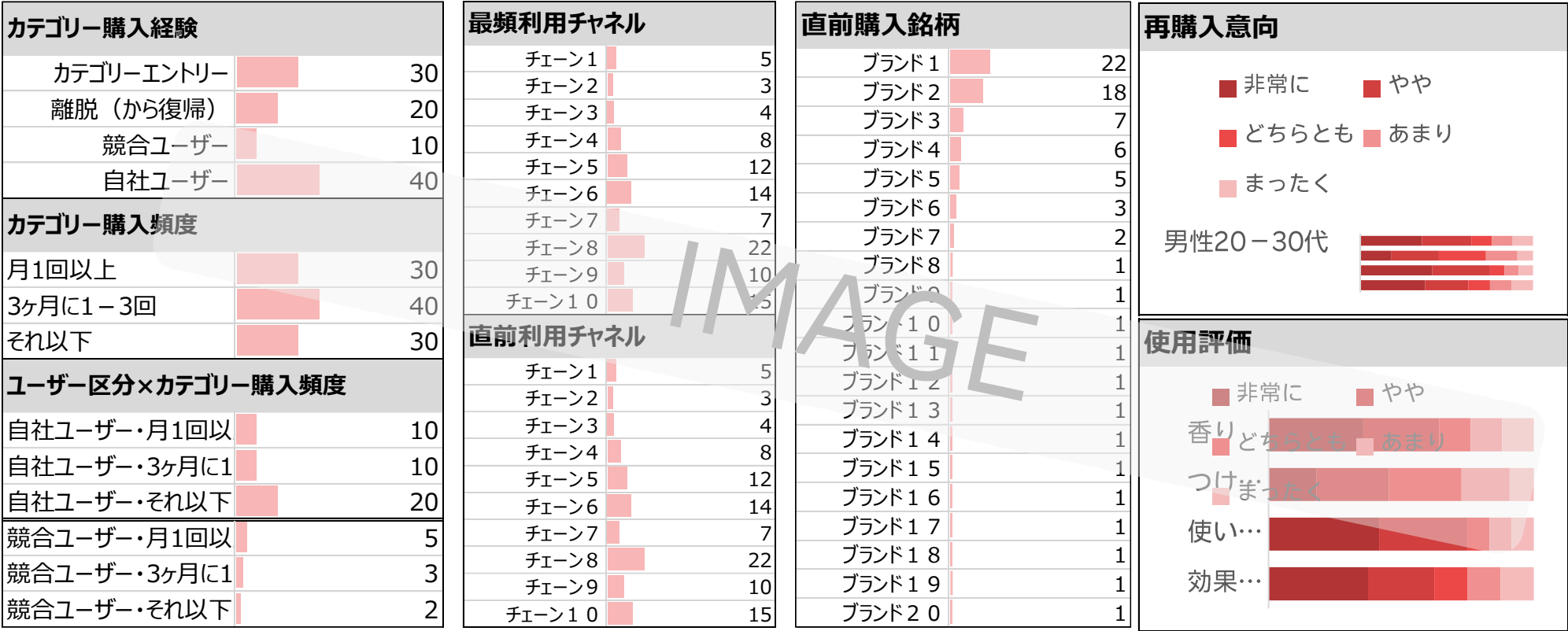
メーカー	ブランド	商品名	流通	対象商品購買者数	エントリー目次対象商品購買者数	対象商品購買金額	エントリー目次対象商品購買者の購買金額	対象商品購買点数	エントリー目次対象商品購買者の購買点数
メーカー1	ブランド1-1	商品1-1-1	流通1						
メーカー1	ブランド1-1	商品1-1-1	流通2						
メーカー1	ブランド1-1	商品1-1-1	流通3						
メーカー1	ブランド1-1	商品1-1-2	流通1						
メーカー1	ブランド1-1	商品1-1-2	流通2						
メーカー1	ブランド1-1	商品1-1-2	流通3						
メーカー1	ブランド1-1	商品1-1-3	流通1						
メーカー1	ブランド1-1	商品1-1-3	流通2						
メーカー1	ブランド1-1	商品1-1-3	流通3						
メーカー1	ブランド1-2	商品1-2-1	流通1						
メーカー1	ブランド1-2	商品1-2-1	流通2						
メーカー1	ブランド1-2	商品1-2-1	流通3						
メーカー1	ブランド1-2	商品1-2-2	流通1						
メーカー1	ブランド1-2	商品1-2-2	流通2						
メーカー1	ブランド1-2	商品1-2-2	流通3						
メーカー1	ブランド1-2	商品1-2-3	流通1						

有料オプション－事後リサーチ（楽天インサイト調査）

基本データに加え、対象商品の購入対象者に対して、事後アンケート（※）を実施。
購入者が、新規・既存顧客なのか、流入元（直前購入チャンネル・銘柄）等を確認することができ、今後の施策に活用可能。

A商品購入者

購入者全体における割合(%)



※事後アンケートとなるため、回答者は参加者の一部となります。
※調査設計内容によりお見積りをさせていただきます。詳細は弊社営業担当までお問合せください。

資料構成

1. オムニコマース概要
2. Sales Promotion領域概要
3. メニュー概要
4. 実施の流れ
5. 価格
- 6. FAQ**
7. 問合せ先

FAQ

(1) 企画について

No	質問	回答
1	企画の申し込み方法を教えてください。	まずは弊社まで可否審査をご依頼下さい。弊社の審査通過後、担当営業よりご案内させていただきます。
2	企画のスケジュールを教えてください。	おおまかな流れは、本資料記載の通りとなります。 お申し込みから約2ヶ月後にキャンペーン開始となります。 詳細なスケジュールに関しては、ご提案時に弊社より改めてご案内させていただきます。
3	付与するポイントの形式は何ですか？	期間限定ポイントとなります。
4	キャンペーン開始前にページを確認をすることは可能ですか？	可能です。
5	キャンペーン期間の指定はありますか？	最大1ヶ月間の範囲内で設定が可能になります。
6	途中で対象商品を変更することはできますか？	キャンペーン開始前であれば場合によっては変更可能となりますが、キャンペーン開始後の場合は変更不可となります。
7	対象となる流通企業はどのような企業になりますか？	楽天ペイ、楽天ポイントカードをご導入いただいている企業様かつ施策参加の許諾が取れている企業様となります。

FAQ

(2) 入稿について

No	質問	回答
1	入稿物について、教えてください。	実施確定後に、弊社よりお送りする入稿シートに沿ってご入稿ください。
2	掲載開始後に、画像の差替えはできますか？	原則、不可となります。

資料構成

1. オムニコマース概要
2. Sales Promotion領域概要
3. メニュー概要
4. 実施の流れ
5. 価格
6. FAQ
- 7. 問合せ先**

問合せ先

本メニューに関しては、以下より、お気軽にお問合せ・ご質問下さい。

【問合せ先】

オムニコマースソリューション問合せ窓口
prj-oc-solution@mail.rakuten.com

Rakuten

The Rakuten logo is centered on a solid red background. It consists of the word "Rakuten" in a white, bold, sans-serif typeface. A white, stylized swoosh underline is positioned beneath the letters "aku", starting from the bottom of the 'a' and extending to the right, ending under the 'u'.