

マンガで
わかる！

ストーリーで伝えろ！ LTVを激変させるファン化戦略

主な登場人物



佐々木

株式会社ウェルビーイング・
ラボ 社長



如月

マンガ動画ラボ
担当者



水嶋

株式会社ウェルビーイング・
ラボ 社員

第一部 to C商材の壁と マンガへの決断







実はそれが壁なんです…
一般の消費者は
難解な専門用語や
長い論文を読むモチベー
ションがありません

結果として
読むのが面倒くさいとか
結局他と同じような怪しい
商品だろうと判断されて
しまうんです



はい…
もどかしい
ところですよね

…そうか
真面目な製品ほど
真面目に説明しようとして
かえって敬遠されているのか



ぽんぽん
分かった

如月さんはマンガ広告を
取り扱っていらして
ぜひ同席いただいで
如月さんのご提案を聞いて
いただけますでしょうか？

社長、実は今日
消費者心理を捉える
プロである如月さんに
お越しいただいています





※ B to C：一般のお客様に直接販売するビジネス







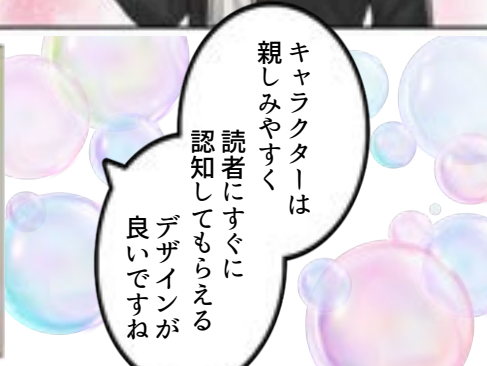
この商品の
成分の働きを

キャラクター化
された専門家から

分かりやすく楽しく
学んでいくという
ストーリーを描きます



みんな感じ



キャラクターは
親しみやすく

読者にすぐに
認知してもらえ
る

デザインが
良いですね



みんなのさか



専門用語をそのまま
並べるのではなく

なるほど...

「体内で何が起きているか」を
擬人化やビジュアルで表現できるため
「難しいけど、よく理解できた！」
という納得感が生まれるんですね

その通りです!

そして第2のベネフィットは
「ターゲット顧客の課題特定と
共感獲得」です



ターゲット顧客の課題特定と共感獲得

ターゲット層の日常の悩みを
マンガの冒頭でリアルに描く

ユーザーは「これは自分のための話だ」と
強く共感し、反射的に広告をスルーするのを防ぐ

消費者は「何が効くか」より
「自分の悩みが解決するか」を知りたい



集中力が
続かない…



朝
起き
き
る
の
が
つ
ら
い
…





第3に、
tOC商材では
特に重要ですが

マンガは「口コミの起点と
なりやすい拡散性
(バイラル性)」があります



面白くためになり共感できる
マンガは、SNSで「これ、私と
同じだ!」「試してみたい」と
いうコメントと共に、友人知人に
共有されやすい傾向があります





第二部 半年間の実績と 次の一手





すごいな！！



驚いたぞ！
「クリアブライト」の
Webサイト経由の初回購入率が
前年比で50%も向上している！
なのに解約率は下がっている！



ほい社長

マンガ導入LTPは
従来のLTPに比べて
ページ離脱率も
40%低下しました

40%！





お客様がストーリーを通じて
製品を深く理解した状態で
初購入に至るため
「納得感のある購入」となり
使用後の満足度も高いんです



この結果は
第4のベネフィット
LTVの向上を
示しています



※ LTV：生涯顧客価値（一人の顧客が、その企業に「生涯」を通じて
合計でいくらの利益をもたらしてくれるかを示す指標）



お客様は単なる製品の
ユーザーではなく
御社のファンに
なってくれています

マンガは製品への理解を
深めるだけでなく、御社の
「消費者の健康を真剣に考える」
という企業理念も
伝えているため



次の手は
何でしょうか？

ファン化…
そこまで繋がって
いるとは驚きです

わくわく



第5の
ペナフィットです！

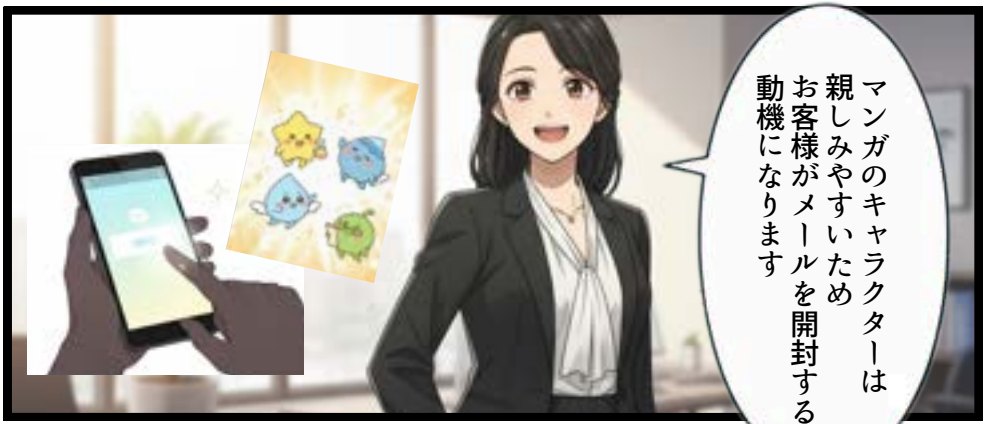
マンガコンテンツを
起点とした多様な
顧客育成です

次の戦略は



現在マンガを導入した
Web広告だけでなく
マンガのキャラクターを使った
メールマガジンやLINE公式
アカウントでの健康情報の
発信を始めています





マンガのキャラクターは
親しみやすいため
お客様がメールを開封する
動機になります



季節の変わり目に合わせた
使用継続の提案など
離脱防止のための
フォローアップが効果的に
行えるようになりました

これにより健康食品の
定期購入者に対し



なるほど…
マンガは広告の
役割だけでなく

顧客との継続的な
コミュニケーションの
懸け橋になっているわけか

第三部

一年後の飛躍と 市場での認知



ウエルビーイング・ラボ
会議室にて

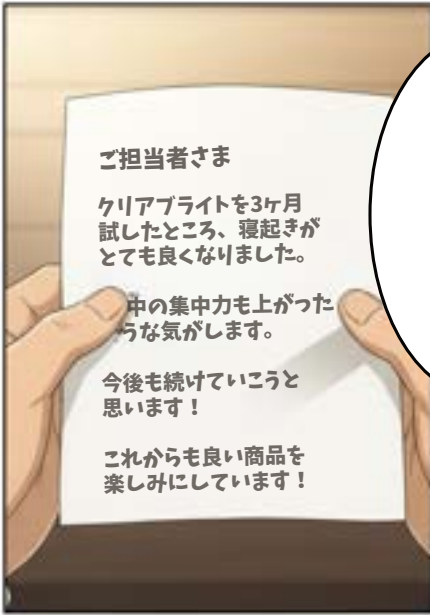


一年後・・・



この一年で
「クリアブライト」は完全に
当社の主力製品となりました

本日はお疲れ様です



お客様からの感謝の
メッセージが多く届く
ようになったことです

何よりも
嬉しいのは



現在 如月さんと一緒に
「ブランド横展開と
新製品導入の容易化」を
進めています

第6の
ベネフィット！

社長！
この成功を活かし





新しく発売した
「リカバリー
プロテイン」も



クリアブライトの
マンガで顧客との
信頼を築けたように



同じようなトーンの
マンガで紹介したところ
発売初月から高い初期購入
率を記録しました



どの商品でも
同じように結果が
出るのすごいな

本当かね！
素晴らしい

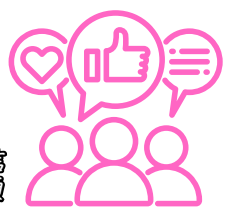
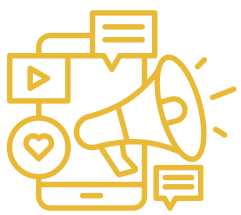


一度ブランドイメージが
確立されると、その後の
新製品は「この製品なら
信頼できる」という前提で
迎え入れられるんです

ブランド力

ブランド横展開と新製品導入の容易化

- ① マンガで「分かりやすさ」と「信頼性」という
ブランドイメージを確立させる
- ② 「この会社の商品は信頼できる」という前提で
顧客から受け入れられやすくなる
- ③ それによって新製品のプロモーションコストと
時間が大幅に短縮される



分かりやすさ



信頼を築ければ
次の商品から販売は
かなりラクになります





つまりマンガは
広告媒体であると同時に
当社のブランド資産
そのものになった
ということですね



製品パッケージや



コールセンターでの
Q&A資料など



店頭POPにも！

はい、そしてこの
マンガコンテンツは
Web広告だけでなく
消費者とのあらゆる接点で
一貫したメッセージを
届けられるんです



本当にさまざまなシーンで活用できるのはすごいです！
ペルソナに合わせてパッケージを変えたりいろいろ試したいですね！

※ ペルソナ：具体的な顧客像



マンガ広告は
「企業と消費者の知識のギャップを埋める」という本質的な役割を果たしてくれます

広告のみならずYouTubeやInstagramなどさまざまなSNS媒体でも是非トライしてみてください



佐々木社長、御社の真面目な製品開発とそれを正しく伝えようという決断が、この成功を導いたのです



水嶋君、如月さん
ありがとう



マンガは、
私たちが長年
苦しんできた

「BtoC商材
特有の不信感」
という壁を見事に
打ち破ってくれた



ウェルビーイング・ラボは「分かりやすく優しく伝える企業」としてさらに市場での存在感を高めていくぞ！

これからは、全ての製品プロモーションの核として、マンガコンテンツを活用していこうと思う

おおお〜！



全力でサポートさせていただきます！

引き続き
よろしくお願ひします！



承知しました！
次のキャンペーンの準備に入ります！

マンガを通して
できること…
それはPR活動だけでなく
顧客との信頼を築くこと
我々、ウエルビーイング・
ラボの挑戦はこれからも
続いていく



fin

最後までお読みいただき
ありがとうございました!



本書は楽しんで
いただきました
でしょうか?

A m a z o n
では
レビューが
投稿
できます



数行の簡単な感想で
構いません!



ポチッ



Amazonのレビュー欄にて
あなたの声をお待ちしています！

ではまた次回作でお会いしましょう！



お知らせ

あなたの本や商品の広告を
マンガ や **動画** に
してみませんか？

完全丸投げ で
制作を承ります！



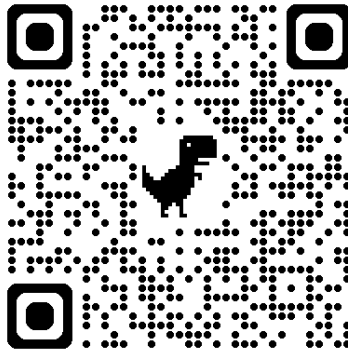
読者限定
特典！

本書 を
ご購入された方のみ



AIマンガ
マンガ動画
無料コンサル

を行います！



<https://manga-douga.com/clp/lp01/>

詳細はこちら