

EUREKA MEMO

KORIN・コンサルティング

貴社の EBITDA を 2 年以内に改善する方法を考察した結果、取り組むべき課題を簡潔かつ的確な質問にまとめ、以下の通りご提案させていただきます。2 年以内の EBITDA 改善の実現に向け、是非ご検討いただければと存じます。

貴社は以下を実践できていますか？実践している場合、そこからどんなメリットを得ていますか？より大きな成果を生むためにはどうしたらよいでしょうか。そして実践できていない場合、それはなぜでしょう。実行しないことによってコストが生じていることをご存知ですか？

事業に関連のある第三者（貴社の利用者が購入しそうな商品やサービスを扱う業者など）と提携していますか？バーやレストランで積極的にプロモーションを行ったり、それらの商業施設とプロモーションに関する取引をしていますか？例えば、バーやレストランが貴社をお勧めする代わりに、貴社もそのバーやレストランをお勧めのデートスポットとして紹介します。利用者がそのバーやレストランを訪問した際には特典として割引サービスを受けられるようにします。このようなプロモーション・パートナーシップは提携相手の売上げに貢献するだけでなく、双方のブランド価値の向上という効果も生みます。提携先としては他にも、書店、コーヒーショップ、美容院やネイルサロン、ホテル（ラブホテルを含む）、アパレルショップ、旅行代理店、大学、教会（ウェディングチャペル）、ウェディングプランナー、高級ホストクラブや高級キャバクラなどが挙げられます。

顧客獲得の戦略として、新規登録者を紹介してくれた利用者に紹介料（インセンティブ）を支払うなど、アクティブユーザーを活用したプランはありますか？

紹介料の形態は現金、アプリのポイントやスタンプ、あるいは提携レストランへの 2 名様ご招待や、提携バー／クラブでのワインテイasting、提携旅行会社がアレンジした東京湾ムーンライトクルーズなど、さまざまなアイデアがあります。

グーグルやフェイスブックのように利用者の行動や心理に関する情報を追跡・収集していますか？利用者の年齢、教育レベル、居住地、賃貸／分譲、職場、収入、趣味、よく遊びに行く場所や目的などを把握していますか？これらの情報を政府、電通や博報堂を始めとする広告代理店、テレビ／ラジオ局や出版社

KORIN・コンサルティング

等のメディア、ソーシャルメディアやゲームサイト（フェイスブック、LINE、ミクシィ、ミックスチャンネル、ニコニコ動画、ツイッター、ツイキャス、U-Stream）、パートナー以外の業者など、事業に関連のある第三者に提供していますか？

カップル成立後、関係を続けている利用者にお祝いなどを用意していますか？交際 1 か月、3 か月、6 か月、1 年、2 年、婚約、結婚、出産・・・などの節目にプレゼントを贈ってはいかががでしょうか。「Dating World Cup」や「Dating Olympics」など、全国的な（または国際的な）カップリングイベントのスポンサーになれば、国内の新規顧客を開拓すると同時に海外向けの宣伝活動を行うこともできます。または、プロモーションパートナーと組んで結婚など大きな節目を迎えたカップルに、お祝いとして 5 つ星ホテルの宿泊と航空券がセットになった世界一周新婚旅行をプレゼントしてはいかがでしょうか。節目を祝う「アニバーサリー・プロモーション」には、テレビ、新聞などのオールドメディアと、インターネットなどのニューメディアを活用します。ブロガーやテレビ／雑誌のジャーナリストなどを通じて、新しくカップルになった幸せな人たちの情報を、「デジタルデーティング」のトレンドセッターとして発信することもひとつの案として挙げられます。これは巨額な広告費を投じることなく貴社のサービスを宣伝することができる戦略です。

幅広い年齢層をターゲットにしていますか？例えば 40 代、50 代、60 代の離婚して現在独身の人たちは、本当はもう一度恋をしたいと思っています。収入や貯金も十分にあります。ただ相手を見つける場所や方法を知らないのです。

顧客層ごとに設定した有料の日／週／月／年単位の会員システムがありますか？例えばデートや交際の専門アドバイザーと 1 対 1 のコンサルティングサービスを受けることができたり、本格的なお付き合いをする前に相性を確かめるためのカジュアルなお試しデートをセッティングしたり、有料会員の登録期間や顧客層によってさまざまなサービスを用意します。

You Tube を活用したプロモーション（貴社および貴社の利用者やパートナー企業）を行っていますか？You Tube チャンネルは作成・管理・拡大が簡単にできる便利な媒体です。作成も閲覧も無料、低価格な宣伝費（ロコミによるバイラル・マーケティングで既存メディアでの露出を狙います）、受動的な広告収入、インターネットの検索結果の向上、You Tube 以外のメディアでの登場頻度が高く、組み込まれたソフトウェアによってユーザーのメールアドレスや購読情報

KORIN・コンサルティング

が取得でき、その情報を瞬時にソーシャルメディア戦略に反映させることができ、1日24時間ノンストップで世界に向けて動画を発信し続けることができます。

さらに、インターネット・ブロードキャスティングには無限のプログラミングの可能性ががあります。例えば、専用のYouTubeチャンネルを使うと、毎日（あるいは毎週/毎月）一組のラッキーなカップルを紹介し、彼らのコンテンツを配信することができます。（同時に貴社のアプリやユーザーインターフェイスを宣伝することもできます。）このプログラムは、カップルが交際に至るまで試行錯誤を繰り返し数々の苦難を乗り越え、東京に数百万という人の中から貴社のアプリを使って「理想の相手」に出会うまでの姿を追った「ラブストーリーのリアリティーショー」として放送することもできます。そしてついにこの二人が結ばれると、今度は交際中の悩みや幸せの瞬間に話は移り、最後は別れもしくは結婚でエンディングです。

上記の内容は貴社に取り組んでいただきたいビジネスモデルのほんの一例です。先にも述べましたが、2年以内のEBITDA改善の実現に向けた課題として是非ご検討ください。目標達成のお力になれることと存じます。