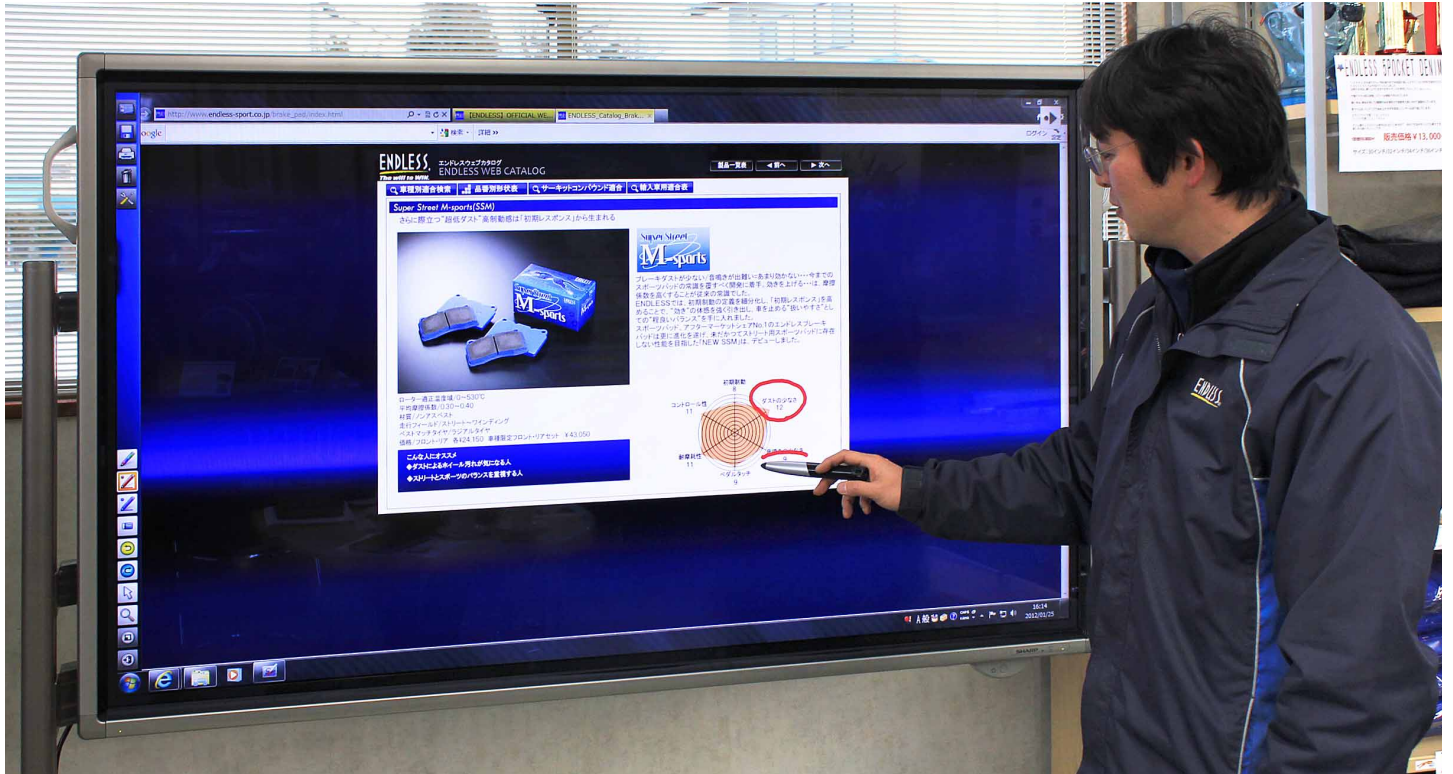


お客さまに見て、画面に触れていただくプレゼンツール 展示会やショールームでの商品訴求力が大幅に向上



導入先

株式会社エンドレスアドバンスさま

- 長野/佐久市
- モータースポーツやサーキット走行にも対応した高性能のブレーキパッドやサスペンションなどの開発・製造・販売を手掛けられる自動車部品メーカー。ブレーキフルード(オイル)でも、F1チームへの供給契約を結ばれている。また、独自のレーシングチームも運営。



導入商品

- タッチディスプレイ
PN-L702B (70v型) × 1台
- アドバンスコントローラー
PN-ZP20 × 1台
- e-Signage (コンテンツ配信/表示システム)
スタンドアロン版
- 2011年12月、展示会用の商品プレゼンツールとして導入。普段はショールーム内で使用されている。

こんなソリューションを実現しました。

導入前の課題

当社は、毎年「東京オートサロン」という世界最大級のチューニングカー※の展示会に出展しています。各社が競って商品PRを展開する中で、お客さまの目をひく展示の差別化、商品訴求力を高める工夫が必要でした。

大画面の迫力と、お客さまに触れていただけるタッチ操作での商品プレゼンが注目的に。他社との差別化にも成功。

動画やWebサイトを始め、PC上の様々なデータも表示可能。その場での書き込み等もできるため商品訴求力がアップ。

展示パネルと比べ、コンテンツの修正・変更が容易。表示コンテンツが充実し、アピール力が向上。

※基本となる車両に対して、性能の向上が図られた自動車



株式会社エンドレスアドバンス
社長室付 企画部
課長 吉田直樹さま

■ 導入の背景

各社が商品PRを競い合う展示会において、差別化が図れる商品訴求方法を模索していました。毎年1月、「東京オートサロン」という来場者約25万人の世界最大級のチューニングカーの展示会が開催され、当社ブースで製品やレーシングチームのPRを行っています。会場では各社の商品PR競争が熾烈を極め、当社もお客さまの目をひく展示の工夫にアイデアを絞っていました。そのため、BIG PADを初めてご提案いただいた際、他社との差別化を図ることができる商品プレゼンツールになると、すぐにひらめきました。

■ 選ばれた理由

画質や操作性に納得。
BIG PADは、まるで『大型のタブレットPC』

導入の最終的な決め手になったのは、画質と操作性です。70v型の迫力や、レーシングチームの宣伝用写真なども非常に美しく再現できる画質にまず納得。タッチパネルの操作もとてもスムーズで、まるで“大型のタブレットPC”です。お客さまへのインパクトも大きく、採用を決めました。

■ 導入後の効果

お客さまにも“画面に触れていただける”プレゼンツール。その場で書き込みながら説明もでき、訴求力もアップ。

展示会場では、e-Signage(コンテンツ配信/表示システム)を使用し、写真のスライドショー、動画、文字テロップを組み合わせて、企業や商品をPRしたり、当社ホームページを表示。お客さまに自由にタッチしてもらい、Webカタログ等を閲覧いただきました。また、画面にその場で書き込みもできるので、接客スタッフが商品説明をする際にも訴求力がアップ。アイキャッチ効果も大きく、集客にも役立ちました。

■ 今後の展望

パネル展示と違い、コンテンツの修正・変更も容易。コンテンツを一層充実させ、もっと活用していきたい。

普段は当社ショールームに設置して商品プレゼンに活用していますが、パーツ交換などの待ち時間に自由にWebカタログを閲覧いただいたり、遠方から来られたお客さまに地図を表示して、近隣施設をご案内するなど、たいへん便利に活用しています。また、展示パネル等と異なり、コンテンツの修正・変更も容易にできる点もメリットで、今後は表示コンテンツを一層充実させて、より積極的に活用していきたいと考えています。



「東京オートサロン2012」における展示ブースでBIG PADを活用



レーシングチーム写真のスライドショー(画面左)、商品の製造工程の紹介動画(画面右)、文字テロップ(画面下)を表示



Webカタログを表示。お客さまにタッチ操作で自由に閲覧いただいたり、スタッフが商品説明の際に書き込みながら説明ができる