

『会話をはじめた広告に期待される Club 市場の生成』

要約

◆生成 AI の出現は広告制作に影響を与えるだけでなく、広告そのものを新しいカタチに変え、顧客の購買行動を激変させていく。なかでも情報探索では検索エンジンを代替し、スマホに実装された生成 AI に質問するだけで友達と会話する感覚でダイレクトな回答を得ることができる。かかる生成 AI と広告を連動させれば、会話の中に広告を入れることができる。正に広告が会話を始める時代だ。本稿はその姿を新 4P で論考する。

【1】広告のプラグイン化 (Plug-in)

生成 AI に既存アプリやソフトをつなげて機能拡張するプラグイン機能を使うことで、生成 AI に広告を差し込んでいくことが可能となる。これら広告は質問と関連性が高く、顧客にとって課題を解決する有益な回答として広告を受容しやすくなる。

【2】広告のパーソナライズ化 (Personalization)

会話する広告では、顧客の好み、興味、経験、考え方など、顧客個人に特化した情報が求められる。生成 AI とスマホがリンクすれば顧客の購買履歴や預金残高を覗きに行き、スマホの位置情報とも連携させて、よりパーソナルでフレンドリーな広告を用意できる。

【3】広告のプロセス化 (Process)

会話する広告はプロセスが重視される。会話の中で顧客の興味を知り、適時適切な広告を配信する広告のマーチャンダイジングとなる。加えて顧客を長期的にグリップしていくリテンション過程では、生成 AI がチャットボットとして安価で優秀な相談相手となる。

【4】広告のパーティシペーション化 (Participation)

生成 AI の普及で顧客自身が広告に参加してくる。試着シーンを生成し、配色を変え、友人に送って感想を聞く。広告主は素材を提供し、会話しながら顧客オリジナルの広告を制作する。会話という体験価値がブランド力になる時代だ。やがて生成 AI のカリスマやインフルエンサーも登場する。結果、仲間が集い、会話が集団化してコミュニティを生成する。これを Club 市場と呼びたい。

◆いま広告をはじめた顧客との会話を応援することで、好奇心と向上心に富み、主体性と活力に満ち溢れた、新たな Club 市場の到来を強く期待するものである。