

コネクテッド製品やサービスをもっと売るための4つのメソッド





消費者によるコネクテッド製品の利用は急激に増えています。2020年までに1世帯当たりのコネクテッド製品は10台になると見込まれています。1

Assurantの最近の調査、The Connected Now Special Report ² では、コネクテッド製品の購入が進んでいる背景を明らかにしています。レポートでは、5つの消費者セグメントを特定しており、それぞれにコネクテッド製品を使いたいと思う理由や製品に関する不安が表れています。コネクテッド製品に対する関心は、すべてのセグメントで依然として高い一方、求められるサポートやプロテクションのタイプは、各消費者セグメントによって異なっています。

重要なことは、各セグメントのニーズを理解し、消費者が常に快適に「モノがつながる」生活、コネクテッドライフ、を楽しめるよう、セグメントに合わせてプログラムを調整できることです。消費者の嗜好や購買行動を理解することは、消費者体験を向上させながら、コネクテッド製品を販売する方法の基礎となります。各セグメントの傾向は、Assurantの電子書籍、「Connected Consumers: 5 Key Segments and How They Buy」(英文)で詳しく説明しています。

次に、コネクテッド製品やサービスをより多く販売するために役立つ4つのヒントをご紹介します。



消費者の**97%**は、今後**12ヶ月間**に少なくとも1つのコネクテッド製品カテゴリーの中から初めてコネクテッド製品を購入するかもしれないと答えています。消費者の5G移行は、コネクテッドテック市場全に大きな変化をもたらすでしょう。**5G**によって日常生活の中でコネクテッド製品やサービスを利用する機会がより多くなると考えられています。





5Gの展開で通信はさらに高速化し、市場に出される製品は新たなレベルで5Gに依存することを意味します。たとえば、モバイルオーバーザトップ(OTT)の視聴率は、ここ数年で大幅に上昇しました。コネクテッド・コンシューマーの5人に1人がテレビよりもスマートフォンやタブレット端末でOTTビデオを視聴する割合を増やしました。5Gは今後もOTTビデオの視聴を増加させると予測されています。

今後、ネットワーク容量の増大、ダウンロードの高速化や端末パフォーマンスの向上によって、5Gはプロバイダーにとって大きな成長ドライバーとなると考えられます。この流れをうまく利用するためには5G対応製品とその保証・保守サービスの両方を提供できるようになる必要があります。



コネクテッドテック市場でシェアを拡大するには、使用当初からの顧客体験、顧客満足度を向上させることが重要です。

コネクテッド製品を実際に買ってもらうためには何が必要でしょうか?それは製品と共に提供されるサポートサービスです。消費者は、購入前に設定から問題解決まで、スムーズに進められるか知りたいと考えています。コネクテッド製品を使うあらゆるタイプの消費者を理解することができれば、適切な製品オファーやソリューションの提供が行え、売上の拡大につながります。

例えば、熱心なハイテクファンに満足いく顧客体験をしてもらうには、多くの機器に対応し、 連携させる際のサポートが必要になるでしょう。こうした消費者の関心は、機器を立ち上げ問 題なく稼働させるための事前**サポート**、故障、破損時の<mark>補償</mark>、古くなった機器を交換するため の**アップグレード**です。



一方、ハイテクに詳しい消費者の中には、あらゆるモノがつながっている自宅に他人が入ってくることを不安に感じる消費者もいます。そうした消費者には、24時間365日、電話でサポート担当者が疑問や質問に回答するサポートが有効でしょう。どのようなサービスがどの消費者タイプに響くかについての詳細は**こちら**(https://www.assurant.com/partnerwith-us/product-support-protection/connected-now-ebook/)をご参照ださい。





コネクテッド製品ユーザーの**70%**は週に数回、コネクテッド 製品を使用しています。



「コネクテッドライフ」では家や車、携帯端末が「シームレスにつながっていること」が前提です。プロバイダーはこれを叶えなければなりません。ただし、エコシステムが複雑化し、種類の異なる製品がシームレスに動作し合う、という環境下では、最新の機器を提供するだけでは不十分です。製品が購入された時点から、設定、インストール、ガイダンス等のサポートが必要となります。消費者は、購入した製品の寿命価値を高めたい(=できるだけ長く使いたい)という思いから、ベネフィットがあれば、対価を支払ってもよいと考えています。

「常につながっている」ために消費者が必要とするもの、それは、コネクテッド製品のサポートや関連するサービスです。そうしたサポートやサービスを提供する企業にとっては、 収益拡大のチャンスです。

扱っている消費者セグメントを知れば、必要とされる付加価値サービスや、最終的に、消費 者が求めるエコシステムの提供が可能になるでしょう。



現在、コネクテッド製品やデバイスの数は膨大になり、日常生活におけるデジタル製品への依存は 高まっています。特に顕著なのがスマート家電や携帯端末です。



43%が2年保証はコネクテッド製品の購入に影響を与えると回答

消費者は購入した製品がいつ何時も期待通りに機能すると思っており、そうでないとイライラしてしまいます。製品がますます高価になるにつれて、金額に見合う価値と何かあったときのサポートが求められているのです。事実、2019年のAssurant Connected Nowの調査では、回答者の43%が、例えば、2年間の延長保証がついていれば、コネクテッド製品を購入する可能性が高いと回答しています。

プロテクションは大事です。携帯電話、テレビ、スマートスピーカー、電化製品など、コネクテッド製品の場合、何であれ、故障すると、イライラだけではすみません。そこで、技術サポートが問題を解決できない時はプロテクションが重要になります。消費者は機器が故障したらどこに電話したらいいか教えて欲しい、修理や交換の高いコストは心配したくない、と思っています。

例えば、Wi-Fiホームカメラやビデオシステムを買った人のうち、調査回答者の**29%**が、紛失、破損、盗難に対するプロテクションがついていれば、購入する可能性が高いと回答しています。同様に、ペット用のコネクテッド製品を購入する人の**26%**が、紛失、破損、盗難の際の補償が購入の決定にプラスの影響を与えると回答しています。

適切に運用されたプロテクションプランがあれば、消費者に安心を与え、次の購入に向けたロイヤルティを獲得することができます。









コネクテッド製品でつながるライフスタイル、コネクテッドリビングはこれからも続きます。あらゆるモノがつながりあい、急速に進化する世界の一歩先へ、Assurantと共に歩みませんか。

米国の消費者の**69%**が、コネクテッドテクノロジーは生活をより良くすると答えています。

Assurantは、お客様が目的を果たせるよう、真剣にお手伝いいたします。



Assurantは、お客さまが快適にコネクテッドライフを過ごせるよう、 お手伝いします。

詳細については、当社までお問い合わせください。

¹ Frost & Sullivan, *Connectivity and Convergence – Connected Living*, March 2019

² Assurant, *The Connected Now Special Report*. Research on connected life collected from a representative sample of 1,243 U.S. adults January 2019