

ピアラ

フアンド事業を行う子会社を設立 リモート接客の活性化に新サービスも

ヘルス&ビューティケ に対し、資金面の支援サ
象に、広告費などの資金
ア領域に特化したマーケ ービスを手厚くしている。
ティンク支援サービス
展開するピアラはこのほ 得からリピート増大まで
ど、中小EC事業者を対 をKPI保証サービスで
象にフアンド事業を行う 提供し、これまで800

ピアラベンチャーズを子 社以上のマーケティング
会社として設立した。同 を支援している。

社は昨夏、SBI Fi
nTech Solut
ions社と業務提携を
結び、EC企業の将来債
権を買い取りマーケティ
ング投資の最適化を支援
するサービスを開始して
いる。キャッシュフロー
が最優先されるEC企業

象に、広告費などの資金
を調達し、戦略的に適切
なマーケティング投資を
行うことで成長を後押し
していく。

マーケティング支援で
は、蓄積してきたノウハ
ウやデータを基に、既に
幅広くEC事業の支援を
行う。また、専門性の高
いパートナー企業を増や
してサービスの質をさら
に高めていく考えだ。

資金支援に関しては、

投資家として地元企業に
精通する地銀やM&Aを
検討する大手企業なども

想定しているという。

さらに同社は、コロナ
禍で注目されるリモート
接客の支援サービスとし
て、半自動接客と販売員
のリモート接客を融合し
た「リモートせっきゃく
ん」(写真)の実証実験
をスタートする。

売場にタッチパネルを
置く店舗が増えている
が、顧客の利用率が上が
らないといった悩みを抱
える。「リモートせっき
ゃくん」は、呼び込み用
動画を複数パターンで検
証しながら、タッチパネ
ルの利用頻度を上げてい
く。

また、半自動接客は、
マーケティング支援で蓄
積したデータをもとに、

客のニーズを想定したシ
ナリオを組み込み、販促
支援を行う。リアル店舗
向けのサービスとして立
ち上げたが、「ECにも
導入できるサービスに位
置づけて検証を進めてい
く」(同社)という。



特集