

SAISON

販促コンペ オリエンテーション

株式会社クレディセゾン

2024.03



クレディセゾンからの課題

Z世代が思わずシェアしたくなる
セゾンカードの
SNS投稿アイデア

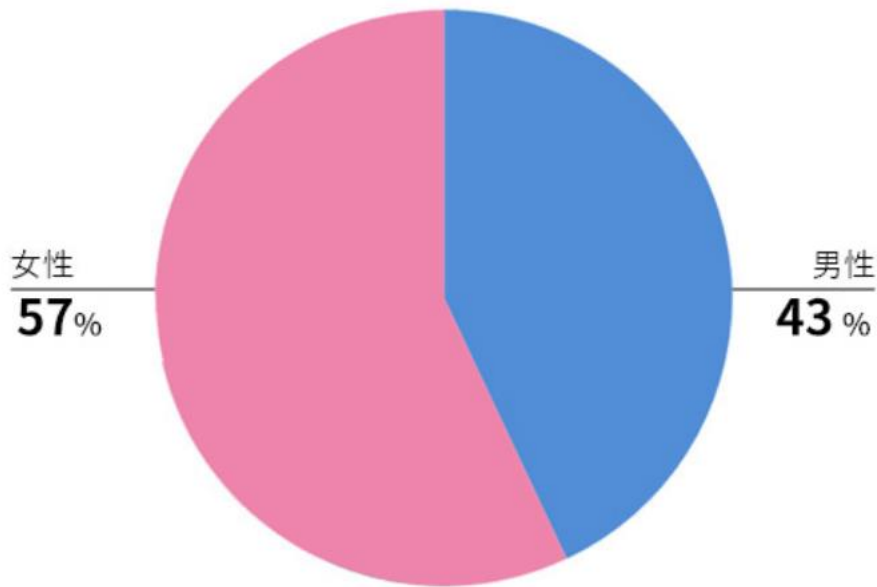
本企画で解決したい課題

現状の課題	Z世代を中心としたセゾンカードの認知拡大
何を (商品、サービス)	セゾンカード、デジタルカード、永久不滅ポイント、優待
誰に (ターゲット)	Z世代（若年層）
どんな課題を 解決したいか	<ul style="list-style-type: none">・セゾンカードを身近に感じるユニークなクリエイティブを通してセゾンカードの認知拡大をしたい。・カード利用の豊かさや楽しさ（情緒的な価値）を強調し、「クレジットカード」と聞いて想起されるカードを目指す。

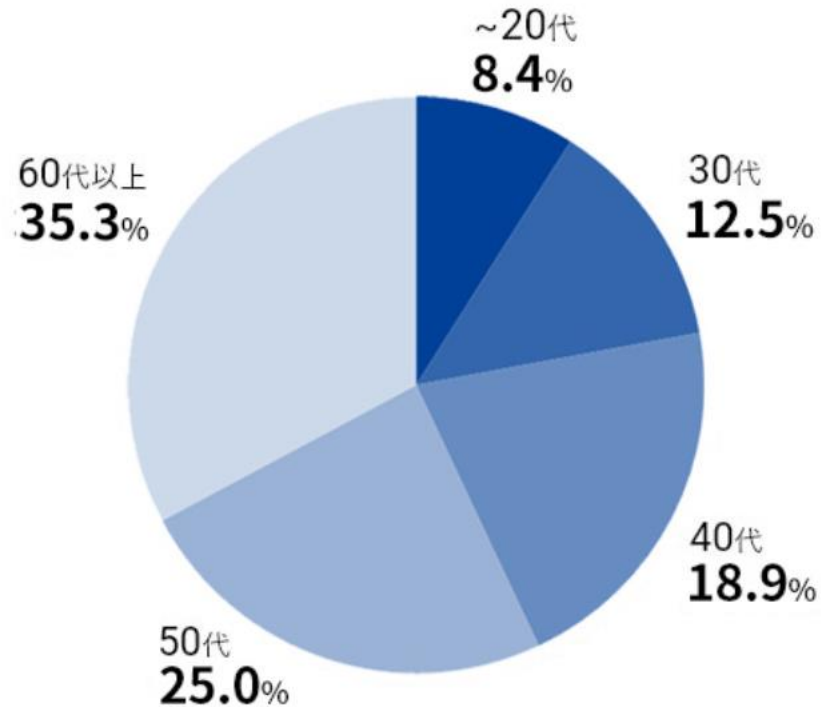
カード会員構成

Z世代
にまずは
知ってもらいたい

男女比率



年代別比率

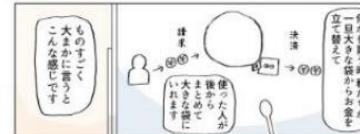
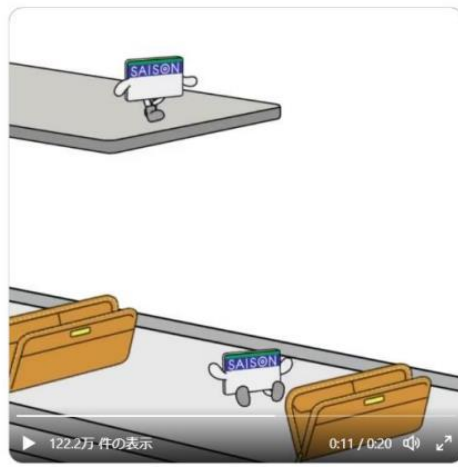


SNSでの訴求事例

1投稿5万インプレッション目標



SNSでの訴求事例



セゾングループのユニークな思想を継承

SAISON

SEIBU

PARCO

WAVE

Loft

MUJI



マーケティング・コンセプト

セゾン・マーケティング

人がやらないことを考える

コンセプトを大切にする

ベネフィットを訴求する



機能的価値よりも情緒的価値を大切に

消費の二極化

「安くて便利」消費

安さ重視／労力かけない／生活必需品
商品へこだわりがない／中古・レンタルでOK

競合のマーケティングターゲット



ポイントザクザク、高還元、割引クーポン
共通ポイント、大量のマス広告

「こだわり・贅沢」消費

好き／自分の趣味／推し活／ライフハック
価格より体験に価値／満足度をシェアしたい



当社のマーケティングターゲット



いいモノ／いい体験
支払う価値のあるコトを伝える



Thank you

Z世代が思わずシェアしたくなるセゾンカードの
SNS投稿アイデア

たくさんのアイディアお待ちしております！



Appendix

クレディセゾンのご紹介

クレディセゾンの経営理念

経営理念

「サービス先端企業」

サービス先端企業として、
3つの価値観を大切にしています。

- 「顧客満足主義の実践」
- 「取引先との相互利益の尊重」
- 「創造的革新の社風創り」

サービス先端企業

1951年に創立して以来
業界のタブーを打ち破ることを恐れずに
イノベーションを生み出してきました。

業界初



年会費無料の
クレジットカード

業界初



有効期限がない
ポイント

業界初



サインレスな
決済方法

⋮

お客様に寄り添ったサービス

お客様に寄り添いながら
ニーズを捉えたサービス商品を
提供しています。



センチュリオン
デザインカードの発行



完全ナンバーレスの
デジタルカード



映画いつでも1,000円
コンビニ・カフェで高還元



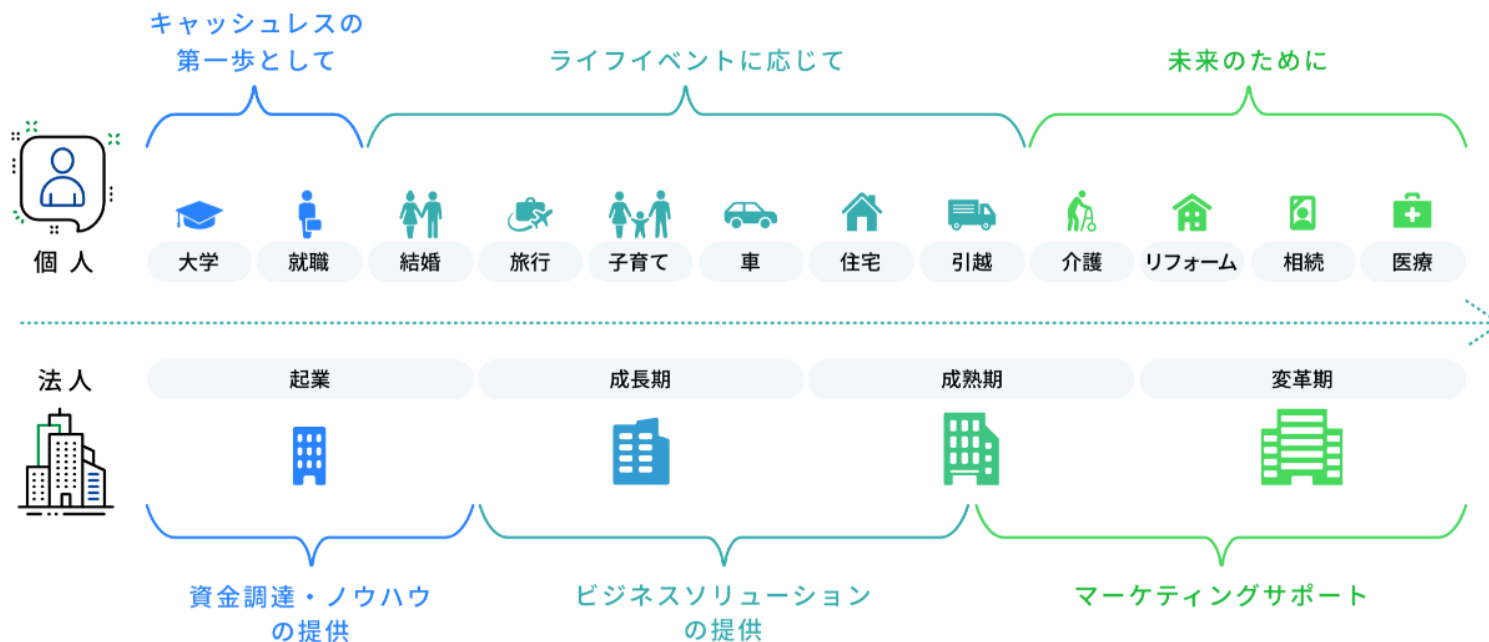
最大60%OFFの
ご優待価格

STOREE
SAISON

ストーリーにこだわった
ポイントが使える総合通販サイト

総合生活サービスグループへの転換

生活のあらゆる困りごとに対して、
グループ全体で、どこよりも親切に、適切にそして素早く対応し、
お客様の満足度を上げていくことを目指していきます。





Z世代が思わずシェアしたくなる セゾンカードのSNS投稿アイデア

セゾンカードの見本の
氏名欄には
TAKASHI NAKAHATA
と書いてある。
たかし？

のようなSNSネタを50投稿分、採用予定。

【課題】Z世代が思わずシェアしたくなるセゾンカードのSNS投稿アイデア
「受賞じゃないけど、こっちのアイデアも面白いんだよね」という
投稿アイデアがあれば、採用させていただく予定です。



応募される企画で解決したい課題

現状の課題	Z世代を中心にセゾンカードの認知が低下しており、当社カード会員のうち、若年層比率は10%以下。 Z世代にセゾンらしさや魅力を伝えきれていない。
何を（商品、サービスなど）	セゾンカード、デジタルカード、永久不滅ポイント、優待
誰に（ターゲット）	Z世代（若年層）
解決したい課題	セゾンカードを身近に感じるユニークなクリエイティブを通して、若年層のセゾンカードの認知を向上したい。 ・カード利用の豊かさや楽しさ（情緒的な価値）を強調し、「クレジットカード」と聞いて想起されるカードを目指す。 ・クレディセゾン公式SNSで50件採用を目標にしています！

市場の背景/動向

- ・さまざまな決済手段がある現在「クレジットカード」が唯一の選択肢ではなくなっている。数ある決済手段の中からクレジットカードを、その中でも「セゾンカード」を選択してもらえるように、Z世代を中心に認知を拡大していきたい。
- ・クレジットカード業界はポイント還元率やプレゼントなど機能的な価値を切り口とした訴求を売りにした企業が参入しているが、セゾンカードのプロモーションは「〇〇ポイント還元！」よりも、ユーザーの喜びや発見など情緒的価値を大切にしています。

商品サービスの特徴

- ・映画が1,000円で見れたりコンビニカフェ・マックで高還元なセゾンゴールドプレミアム、ナンバーレスカードのセゾンカードデジタル（カードに番号印字がなく安心、アプリで着せ替え）など趣味嗜好に合わせたカードが選べる。
 - ・永久に、ポイント失効の心配なし！永久不滅ポイントとさまざまなアイテムに交換ができ、ポイントの運用もできる。
 - ・全国20,000以上の店舗・施設でご利用いただける、セゾンの優待。
- ※上記サービスに限らず、セゾンカードの魅力が伝わる企画をお待ちしております！

注意点

表現上のルールや トーン&マナー	・著名人・インフルエンサー出演前提の企画はしないでください。
商品・サービスの加工	・セゾンカードロゴの大きな変更は避けてください。