

2024 年 11 月 19 日

スコープ、販促活動の効率化・効果にコミットする 伴走・運用型ソリューション「販促 BPO」を提供開始

株式会社スコープ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：横山 繁）は 2024 年 11 月 19 日（火）、小売・メーカー企業販促の課題解決に向けて効率化・効果にコミットする運用・伴走型ソリューション「[販促 BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）](#)」を提供開始いたします。

当社は 35 年間、大手流通クライアントを始め様々な業界の販促に取り組んできました。その実績を棚卸し、販促現場の課題解決に向けた新たなソリューションサービスが販促 BPO です。



■スコープの販促 BPO とは

販促 BPO のサービス内容は、小売企業の販促ご担当者様の声を基点に、販促現場の課題点を 3 つに分類しました。

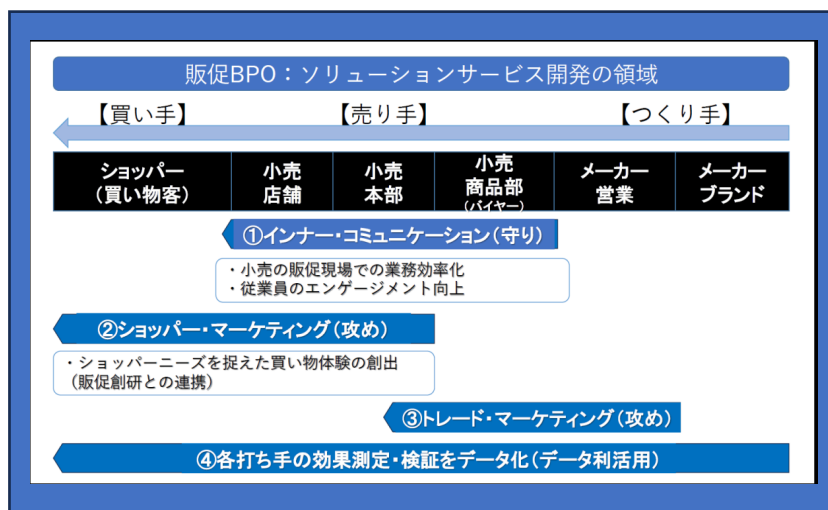
1 つ目は、小売の販促現場における業務効率化ならびに従事者のエンゲージメント向上等のインナーコミュニケーション領域である「守りの販促」です。具体的には、企業様の本部と店舗等、拠点間における従来のアナログのやりとりを DX し、業務効率化等を実施します。

2つ目は、買い手の購買意欲を捉えた買い物体験を創出するショッパーマーケティング「攻めの販促」です。当社独自のシンクタンク「スコープ販促創造研究所」とも連携し、買い手のインサイトを分析した効果的な販促をご提案いたします。3つ目が、小売とメーカーのトレード・マーケティングをサポートする企画・設計・実行を行う中で、それぞれの打ち手の効果測定・検証をデータ化していく「データの利活用」です。

これらの3つの課題を基点に、当社が新たに提供するソリューションサービスが「販促 BPO」で、大きな特徴は販促に関する課題解決の BPO をワンストップで請け負う点です。

例えば、販促施策をチラシや売り場の領域ごと、施策ごとにバラバラに発注すればそれだけ事故も起こりやすくなり、コスト高も懸念されます。さらに施策のデータが煩雑化し、結局何が集客に効果的だったのか、効果検証が困難になるケースも珍しくはありません。

販促 BPO は、販促現場における多種多様な課題を解決するための施策を企画提案し、実施パートをワンストップで請け負うことで、販促現場の効率化と成果、その検証まで一気通貫でその価値を提供する運用・伴走型サービスです。



■販促 BPO について 責任者 大澤泉

スコープは創業以来35年に渡って、販促業界においてクライアントの課題に真摯に取り組む中でその技術を磨いてきました。その特徴としては、大手流通クライアントと並行してメーカークライアントの販促課題に対応する中で、「売り手」「つくり手」両者の視点を備え「買い手」に対して有効な企画を考えるところにあると思います。

今回、ご案内させていただく販促 BPO は「つくり手」「売り手」「買い手」を繋ぐところで、その価値を提供し、より良い関係を築くために役立てるようなサービスにしたいです。当該サービスをご縁にお声掛けいただけると幸甚です。

【株式会社スコープ】

代表取締役社長：横山 繁

設立：1989 年 4 月 1 日

所在地：東京都千代田区富士見 2-10-2 飯田橋グラン・ブルーム 28 階

事業内容：総合企画会社

企業サイト：<https://www.scope-inc.co.jp/>

問合せ先：koho@scope-inc.co.jp