

2022年11月24日

ライブコマースサービス「Live kit」で 「ルピシア グラン・マルシェ 2022」のライブ配信を支援

～ 新しい顧客体験（CX）による消費者との関係づくり ～

BIPROGYが提供するライブコマースサービス「Live kit（ライブキット）」を、世界のお茶専門店ルピシアが採用し、会員限定のお茶の祭典・無料試飲会「ルピシア グラン・マルシェ 2022」において、オンラインでも楽しめるライブ配信を支援します。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響下での社会情勢を経て、消費スタイルや購買プロセスが変化し、オンラインを活用したライブ配信と商品販売が同時に行えるライブコマースの活用が増えています。

BIPROGYは、「Live kit」を通して、ルピシアの新たなCXの取り組みを支援していきます。

【背景】

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、自宅で楽しめるサービスが増え、消費者はオンラインとオフラインの使い分けや組み合わせで、より快適な消費体験を求めようになりました。こうした中、ルピシアでは会員限定のお茶の祭典・無料試飲会「ルピシア グラン・マルシェ 2022」を3年ぶりに開催します。今回は会場からライブ配信を行い、オンライン・オフライン同時開催といった新しいイベントの在り方にチャレンジします。

【ルピシアによる「Live kit」活用について】

ルピシアは、BIPROGYが提供する「Live kit」を活用し、来場が難しい方や、会員でなくても参加可能な、オンライン通信販売イベントを実施します。イベント期間中(11月25日～27日)で、特別価格の商品や、イベント限定品の販売、お茶に関する10テーマの番組を配信します。ライブ配信を通して、会場の活気を自宅にしながら体験することができ、誰もが「行ったつもり」でお茶のファンコミュニティに参加できるCXを提供します。



ライブ配信ページ



ライブ配信の様子



商品購入の様子

■ イベント詳細

- ルピシア グラン・マルシェ : <https://www.lupicia.co.jp/atgm/2022/>
- ライブ配信スケジュール : <https://www.lupicia.co.jp/atgm/2022/live>

【「Live kit」の特徴】

自社で運用している EC サイト上で、商品販売が可能なライブ配信を行うことができます。KOL（Key Opinion Leader）がライブ配信にて自社商品を紹介し、気になったアイテムを視聴者がその場で購入するスマホ時代ならではの新たな CX を提供します。また、物販を伴わないコンテンツ配信や商品やサービスのプロモーションにも利用可能です。

「Live kit」は、全ての機能をライブ画面（同一画面）で操作可能です。別ページに用意された購入画面へ誘導する場合と違い、視聴者の購買意欲を下げることなく販売につなげることができます。

主な機能は以下の通りです。

- ・チャット
- ・販売、決済（クレジットカード決済、後払い決済）
- ・投げ銭によるプレゼント提供（販売目的ではなく販売促進やファン作りでの活用）
- ・紹介商品などの詳細情報の公開
- ・SNS 連携
- ・管理者向け運用管理

「Live kit」のライブ配信に合わせて、ライブ企画・台本制作・撮影・現場ディレクションなどの一気通貫の支援を行っています。

LIVE kit



コメント機能



ライブ画面上で購入



プレゼント機能

【今後の取り組み】

BIPROGY は、ライブコマースで得られる生活者とのコミュニケーションのデータを活用した事業者支援など、顧客情報管理（CRM）だけでなく、ネットを中心とした接客、販促における事業を拡大していきます。

以上

■ 関連リンク：

世界のお茶専門店 ルピシア <https://www.lupicia.com/>

ライブコマースサービス「Live kit」 <http://www.livekit.jp/>

※記載の会社名および商品名は、各社の商標または登録商標です。

※掲載の情報は、発表日現在のものです。その後予告なしに変更される場合がありますので、あらかじめご了承ください。

<報道関係お問い合わせ窓口>

https://www.biprogy.com/newsrelease_contact/