

ユニフォーム総合アパレルのボンマックス(東京)は、8月に行ったバーチャル展示会20、21年秋冬の内容を発売させて今秋、新たに動画配信サイト「ユーチューブ」内でボンマックスの公式チャンネル「ボン・チャンネル」を開設した。幅広い層



新作や選び方の説明が分かりやすいと好評な「ボン・チャンネル」

ボンマックス

ユーチューブで販促強化

着る人目線の商品紹介動画が好評

のユーザーに向けて、商品紹介はじめ様々な動画を作り、新たな販促手段として活用し、発信を強化する。同社はバーチャル展示会で初めて商品説明動画を制作。社員2人が、着る人の目線で、生地質感や着心地、シルエットやデザインの特徴などを解説して好評だった。販売代理店から「分かりやすい」「営業時の商品提案に使用したいので、いろいろな商品の紹介動画を作ってほしい」などの声が寄せられ、自社制作強化の方針を決定。企画、出演、編集まで全て社員が手掛け、音楽や文字も使って分かりやすい動画を作り、月に2、3本の新作を配信していく。現在は女子オフィス向け「ボンオフィス」で10本、カジチュ

ルブランド「ライフマックス」です本、飲食などサービス業向け「フェイスマックス」でも

脚当てエプロンの選び方の商品説明動画を配信中。カタログにもボン・チャンネルに誘導

するQRコードを記載し、カタログと連動した販促も強化する予定だ。