

2011-R072

2011年7月27日

ソーシャルメディア上の『顧客の声』分析サービス 「Biz マーケティング Buzz Finder」の提供開始について

NTTコミュニケーションズ(略称:NTT Com)は、ソーシャルメディア上に流れる『顧客の声』分析サービス「Biz マーケティング Buzz Finder(以下、Buzz Finder)」を2011年7月27日より提供開始します。

NTT Com では、既にリリースしている Twitter^{*1}/Facebook^{*2} クライアント「CoTweet^{*3}」に「Buzz Finder」を加えることにより、企業がソーシャルメディアを活用した CRM やマーケティング活動を展開するために必要なプラットフォームを提供します。

1、市場背景

日本でのソーシャルメディア利用者数は急速な成長を遂げています。また、ソーシャルメディア上の会話の約35%は企業やそのサービス、商品に関しての愛着、質問、苦情、キャンペーンへの反応、新製品のアイデアや要望などの「顧客の声」といわれています^{*4}。

企業にとっては「顧客の声」は今や無視できない存在となっており、これら貴重なメッセージを収集・分析し、素早く対応していくことが求められています。

2、サービスの概要

Twitter、ブログや検索キーワードなど、ソーシャルメディア上をリアルタイムに流れる顧客の声を傾聴・分析・洞察し、企業の CRM やマーケティング活動を支援するクラウドサービスです。

分析結果は、「顧客ニーズの変化の把握」、「風評被害への対策」、「新商品の開発」、「ブランド価値の向上施策」や「広告宣伝やPRの効果測定」などに活用できます。

3、主な機能と特長

(1)Twitter、ブログや検索キーワードのトレンドを分析

Twitter、ブログや検索エンジン「goo」における、分析対象キーワードのクチコミ数のトレンド(推移)を把握。さらに性別・年齢・地域別の分布や、複数のキーワードを比較した分析結果も表示することができます。

(2)クチコミが好意的か否定的かを高精度に分析し、一覧表示

NTT 研究所が開発した日本語解析技術「リッチインデクシング技術」^{*5}により、クチコミが好意的か否定的か(ポジティブ/ネガティブ)を高精度に分析、さらにフィルタリングして一覧で表示することができます。

(3)顧客の興味を深く把握する関連語分析

分析対象のキーワードと一緒に書かれている関連キーワードを表示します。これにより、顧客の興味にどのような広がりがあるのか、またその背景を知ることができます。

※「Buzz Finder」の画面イメージ、および、機能に関しては、別紙を参照ください

4、販売開始日

2011年7月27日(水)

5、価格

項目	金額(税込み)
初期導入費用	52,500 円
1ID あたりの月額利用料金	52,500 円

※ 1IDにつき、1人の利用となります。

※ Twitterの分析キーワードは基本料金内では、1IDあたり10個までとなります。

※ 最低利用期間は6ヶ月以上となります。

※ オプション料金

・初期導入サポート費用は262,500円(税込)となります。

・1IDあたり11個以上のTwitterキーワードを登録する場合、11個目より1キーワードあたり10,500円(税込み)が必要となります。

*1: Twitter(ツイッター)について (<http://twitter.com/>)

米国Twitter社が提供するミニブログのサービス。今起きていることや考えていることなどを1回140字以内(ツイート=つぶやき)で表現して、それを投稿・共有できます。米国では2006年にサービス開始。日本では、2008年1月、デジタルガレージ社が米国Twitter社との間で日本展開支援のための資本・業務提携を発表。Twitterの日本語版を2008年4月にサービス開始。

*2: Facebook(フェイスブック)について (<http://www.facebook.com>)

2004年2月設立の米Facebookがサービス提供しているSNS。Facebookではソーシャルユーティリティサイトと称している。ハーバード大学の学生だったM・ザッカーバーグが創業。ハーバード大学生向けのコミュニティサイトだったが、他大学にも開放。現在では誰でも利用できるようになった。アプリケーション開発プラットフォーム「Facebook Platform」をクラウドサービスとして提供する。

*3: CoTweetについて(<http://cotweet.jp>)

TwitterやFacebook上に流れる顧客の声を把握し、顧客との関係性を高めるための対話の促進を支援し、それらの活動を分析・レポートすることが出来る、企業のソーシャルメディア活動支援ソリューション。日本市場向けには2011年3月より、NTTComが独占提供中。

*4: ExactTarget社調べ

*5: リッチインデクシング技術 (<http://www.ntt.co.jp/journal/0806/>)

リッチインデクシング技術とは、自然な日本語で書かれたテキストから有用な知識を抽出・活用するためにNTTサイバースペース研究所が開発したテキスト意味抽出技術です。

別紙:画面イメージ

The screenshot shows the 'Buzz Finder' application interface. At the top, there are navigation tabs for 'ブログ分析', 'Twitter分析', '検索分析', and 'トレンド比較'. Below these, there are sub-tabs for '基本分析', 'キーワードで比較', '期間で比較', and 'キーワード×期間で比較'. The main content area is titled '【NTTコミュニケーションズ】のトレンド分析' and includes a line graph showing the number of articles ('記事件数') over time from April to July. Below the graph are four pie charts representing demographic and sentiment analysis: '性別' (Gender), '地域' (Region), '年代' (Age), and '評判' (Sentiment). At the bottom, there is a section for '関連ニュース表示' (Related News Display) showing a list of news items with dates and source icons.

タブ切り替えにより、Twitter、ブログ、検索キーワードを分析

【基本分析】指定集計期間におけるキーワードのトレンドの推移を表示。

【デモグラフィック分析】性別、年齢、地域別、での分布
 【ポジティブ/ネガティブ分析】
 【関連語分析】テキストマイニングによりサービスやブランド関連して語られている関連語のランキング

【関連ニュース表示】指定集計期間におけるキーワードの関連ニュースを表示。