

2011-I054

2011年11月24日

ソーシャルメディア上の『顧客の声』を分析する 「ソーシャル VoC 分析レポート」の提供開始について ～隠れた顧客ニーズや対処すべき企業課題を発見～

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』を分析し、コンサルタントが分析に基づいて企業課題や新たな気づきを発見しアクションプランの立案に資するレポートを提供する「ソーシャル VoC (Voice of Customer)*¹ 分析レポート」を 2011 年 11 月 24 日より提供開始します。分析には、NTT Com が提供する VoC 分析サービス「BuzzFinder」*² を利用します。

(1)市場背景

Twitter や Facebook の普及などから、日本においても企業によるソーシャルメディア活用が関心を集めています。実際ソーシャルメディア上の会話の約 35%は企業に関する顧客の声と言われています*³。また商品やサービスに対する不満の表明先としてインターネットを選ぶユーザは従来のコールセンターを使うユーザの 76%にのぼっており、すでにインターネットはコールセンターに匹敵する対話チャネルとなっています*⁴。

企業にとって今や無視できない、貴重なソーシャルメディア上の顧客の声を継続的に収集・分析して素早く対応し、危機管理や顧客理解に活用することが求められています。一方でソーシャルメディア上に流れる VoC は膨大な量のため分析するにはノウハウが必要であり、分析する時間も無い、という課題もあります。

(2)サービスの概要

「BuzzFinder」によりソーシャルメディア上の膨大な量の顧客の声を分析するだけでなく、コンサルタントが企業課題、競合他社と自社の評価の違い、改善に繋がる顧客の本音を発見し、経営企画やカスタマーサポート、サービス/商品改善を担当する方へ、今後のソーシャルメディア活用戦略やブランド戦略、カスタマーサービス改善に役立つレポートを提供します。

(3)プランとその特徴

[1]自社の現状把握(関心/課題)発見プラン

ソーシャルメディア上の顧客の声を分析し、自社に対する顧客の関心と課題を発見します。例えば、自社のカスタマーサービス内容や企業のブランド戦略と顧客の声が合致しているかわかります。

[2]他社競合比較プラン

自社と他社を含む複数ブランドに対するVoCの傾向を比較し、顧客から見た業界内における自社の立ち位置を明確にします。顧客から評価されている自社の競合他社に対する優位性や課題を発見することで、今後のブランド戦略やカスタマーサービス改善、サービス/商品改善の方向性を導きます。

[3]深堀分析プラン

自社と他社を含む複数ブランドのソーシャルメディア上の顧客の声について深堀調査を行い、話題の成分をクラスタリング(分類)し、関心や課題を定量的に評価します。関心の背景や重要課題を明らかにし、対策優先順位に応じたアクションプランの立案に活用できるレポートを提供します。

(4)販売開始日

2011年11月24日(木)

(5)価格

項目	金額(税込)
[1] 自社の現状把握(関心/課題)発見プラン	525,000 円
[2] 他社競合比較プラン	1,050,000 円
[3] 深堀分析プラン	1,440,000 円から ※対象データ量に応じて変動

※ その他別途調査設計費用として、100,000 円がかかります。

なお、「Buzz Finder」を契約中のお客さまは 80,000 円になります。

(契約中の ID を調査に利用させていただきます。)

※ 調査対象期間は計測開始から 1 ヶ月間とします。お申込みから納品まで通常約 2 ヶ月となります。

※ [1]については、キーワード 1 つ、[2]についてはキーワード 3 つまでを分析対象とします。

※ 1 日あたりの本文分析数の上限は 500 件とします。

*1: VoC(Voice of Customer) : 顧客の声。また、顧客の要求、競合他社の活動、市場の変化などを継続的に捉えることも意味する。

*2: 「Buzz Finder」について(<http://www.ntt.com/marketing/bf/>)

Twitter やブログ、検索ワードなどインターネットのソーシャルメディア上をリアルタイムに流れる顧客の生の声から、企業のブランドや商品・サービスなどに関する感想や評価を収集・分析し、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。

*3: ExactTarget 社調べ

*4: 自社調べ: 企業と個人のソーシャルメディア活用実績調査

<http://www.ntt.com/serviceinfo/monthinfo/detail/20111026.html>