

DIGITAL PERSONAS 2.0

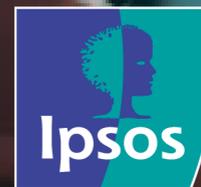
SNSデータと行動データを組み合わせた
新しいユーザー・ターゲット像理解

IPSOS - SOCIAL INTELLIGENCE ANALYTICS

22 November, 2021



synthesio
AN IPSOS COMPANY



こんなお困りごとはありませんか？



自社ユーザーのリアルな姿を捉えたい

- ✓ 記憶ベースで回答する従来型の調査ではユーザー像を捉えきれないと感じている



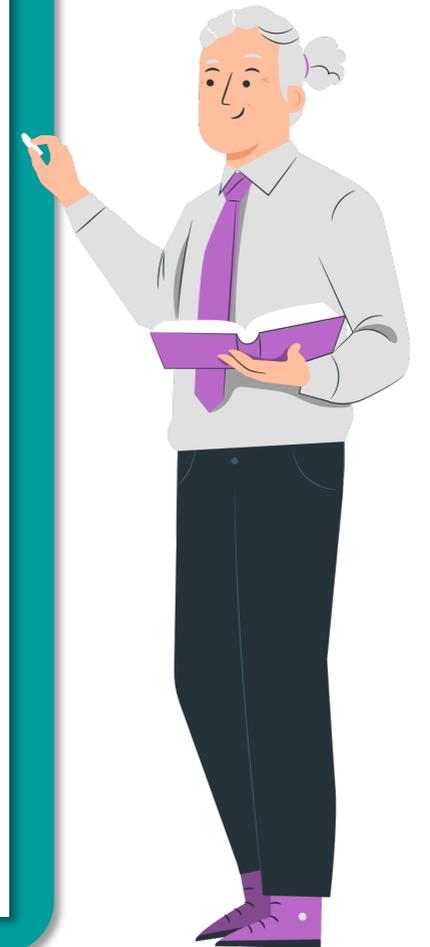
ユーザー行動に沿った広告施策を考えたい

- ✓ 自社発信のコンテンツがターゲットにうまく響いていない
- ✓ 自社ターゲットが興味を持ちそうなパートナーシップ先(イベントやセレブリティ)を探している



最新のユーザー理解手法を取り入れたい

- ✓ パネルに属した一部の回答者のみでペルソナを設定していいの不安
- ✓ より広範囲な消費者データを活用して統計的にユーザーの傾向を捉えたい



ソーシャルリスニングを活用すると、よりリアルなペルソナに...

DIGITAL PERSONASは...

SNSデータと行動データを活用

消費者の“生の声”がわかる

SNSデータは、消費者が自発的に発言した内容です。つまり、消費者の「生の声」を拾うことができます。

SNSデータを活用することで、消費者のデモグラ属性だけではなく、心情の部分まで深く把握することができます。

消費者の“生の行動”がわかる

行動データは、消費者のオンライン上での実際の行動を記録した量的データです。消費者自身の「生の行動」を把握することができます。

行動データを活用することで、SNSデータのみでは読み取れない、全体の傾向を把握することができます。



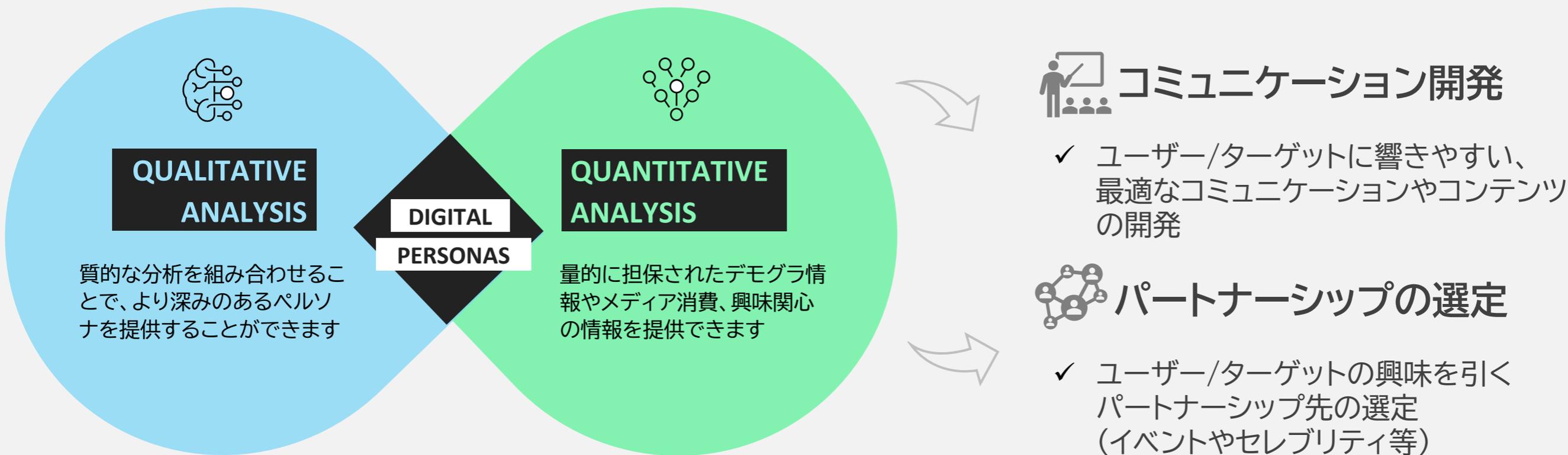
従来のアスキング調査との違い

アスキング調査は過去のことに 대해서는記憶ベースで回答します。しかし、ソーシャルリスニングのSNSデータや行動データはその時点での行動や気持ちのデータのため、記憶違いや思い出せないということがありません。データに正確性をもたらし、よりリアルな消費者像を把握できます。

DIGITAL PERSONAS 2.0とは

イプソスのDIGITAL PERSONASは量的・質的に分析し、 深みのあるペルソナを提供します

ユーザー・ターゲットを深く理解することで趣味嗜好に合わせたアプローチが可能



DIGITAL PERSONAS 2.0 分析アプローチ

SNSデータ & 行動データ + ストーリーによるペルソナの具体化

1 ターゲット定義 & ソーシャルリスニング分析



クライアント様からターゲットセグメント資料のご提供または弊社にて現ブランドユーザーをソーシャルリスニング調査にて特定し、セグメント分けを行います

2 行動データ分析



Meta社に蓄積された膨大なユーザーの行動データであるアド・ネットワークを活用し、ターゲットユーザーに特徴的なデモグラ情報、興味関心、趣味、好みのブランドやメディア消費などを捕捉します

3 ストーリー化



ファクトから意味のある発見につなげるストーリー作りの専門性を持ったリサーチャーが、1・2の結果を基に、ターゲットに特徴的なストーリーを描き、ペルソナ化を行います

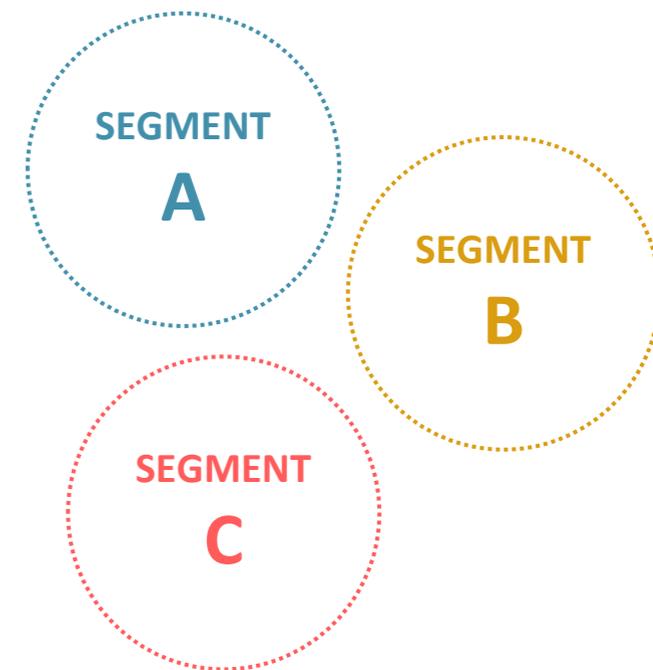
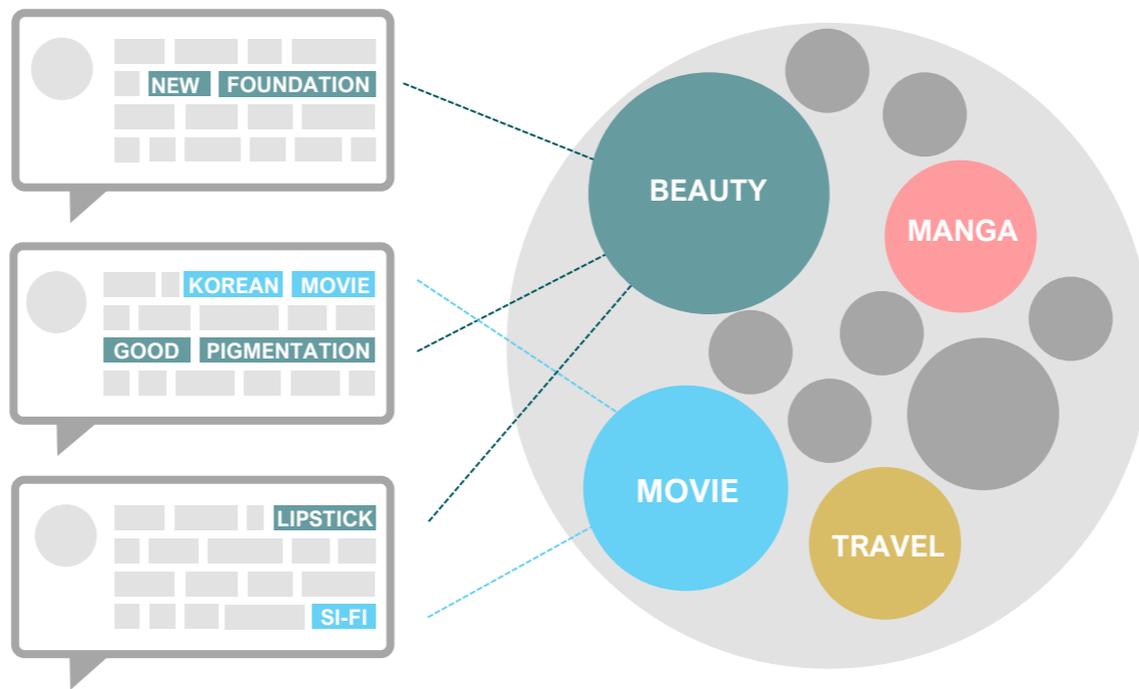
※必要に応じて、追加のソーシャルリスニング調査を実施し、ターゲット消費者のブランド製品・サービスに対するニーズ等の分析も実施可能です

DIGITAL PERSONAS 2.0 分析アプローチ

ターゲット定義・ソーシャルリスニング分析: 事前にターゲットをセグメントごとに分類



多くの場合ターゲットやユーザーの中には複数のセグメントが存在します。それらを見逃して一括りに分析してしまうと、各セグメントの特徴が合わさり存在しないペルソナになってしまうため、最初にソーシャルリスニングでセグメントの分類を行います。



Twitterデータ100%抽出が可能なソーシャルリスニングツールSynthesioを使い、約1000件のアカウントの過去投稿を複数取得

集めた投稿群を形態素解析にかけ、ターゲット・ユーザーに共通して投稿されている言葉やその言葉の繋がりからライフスタイルや興味関心を把握

類似した傾向を持っている層をグループに分け、各グループごとの特徴を定性的に分析

DIGITAL PERSONAS 2.0 分析アプローチ

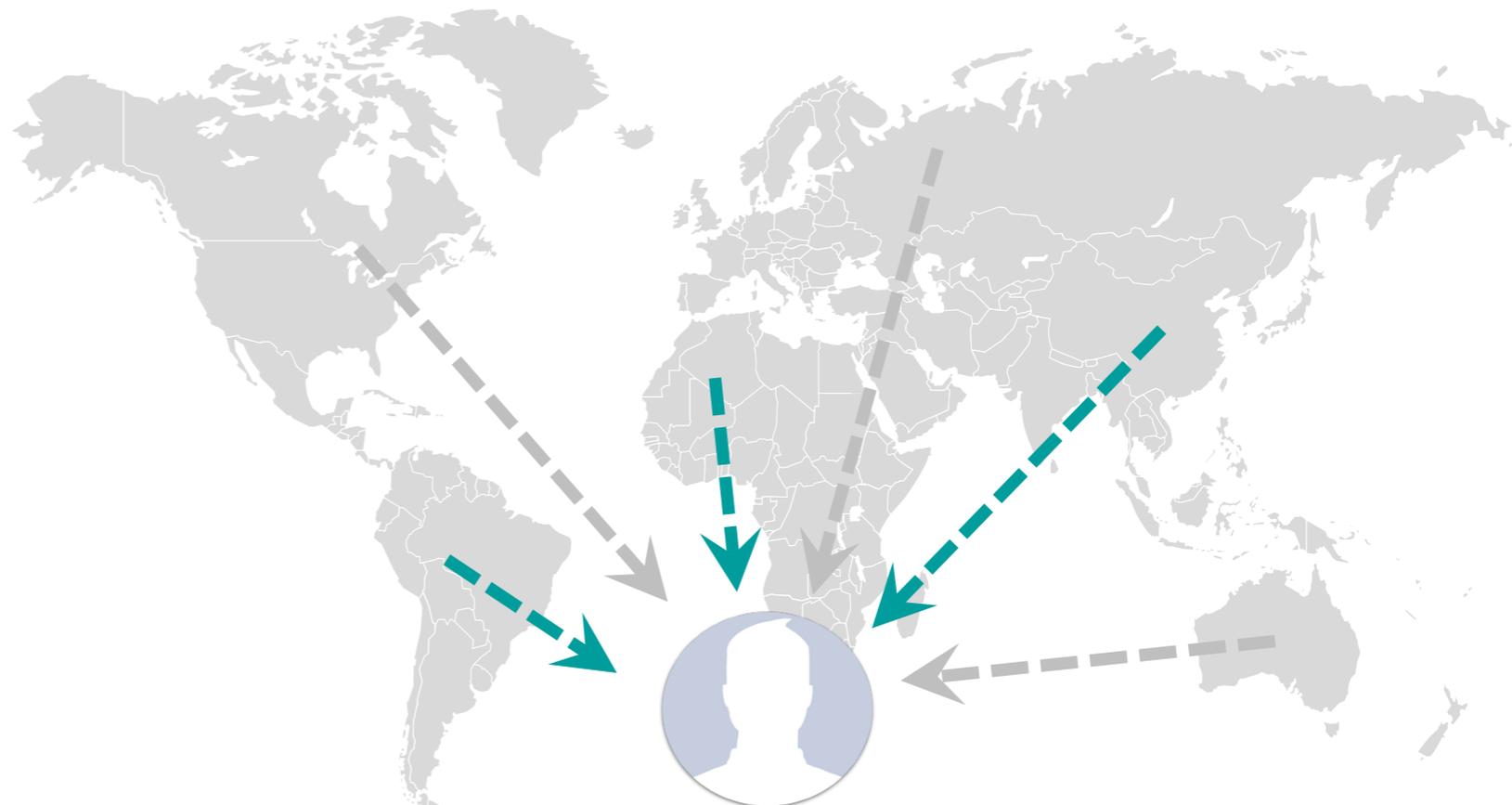
行動データ分析：ターゲット特徴を量的に把握します



Ad-Network のインタレストグラフ

- ✓ Meta社保有のユーザーデータは、SNS上の消費者投稿やLikeなどの反応、訪問サイトなどの消費者の”生の行動”をベースに、ユーザー特徴がフラグ立てされたデータです
- ✓ 本来は、広告ターゲティング用の技術であるが、イプソスはMeta社から情報提供を受け、リサーチに活用しています
- ✓ 膨大な量のデータをベースにした行動データからは、ユーザー・ターゲットの特徴を量的な視点から把握することが可能です

※テーマや領域によっては、外部ツールを活用する可能性があります。



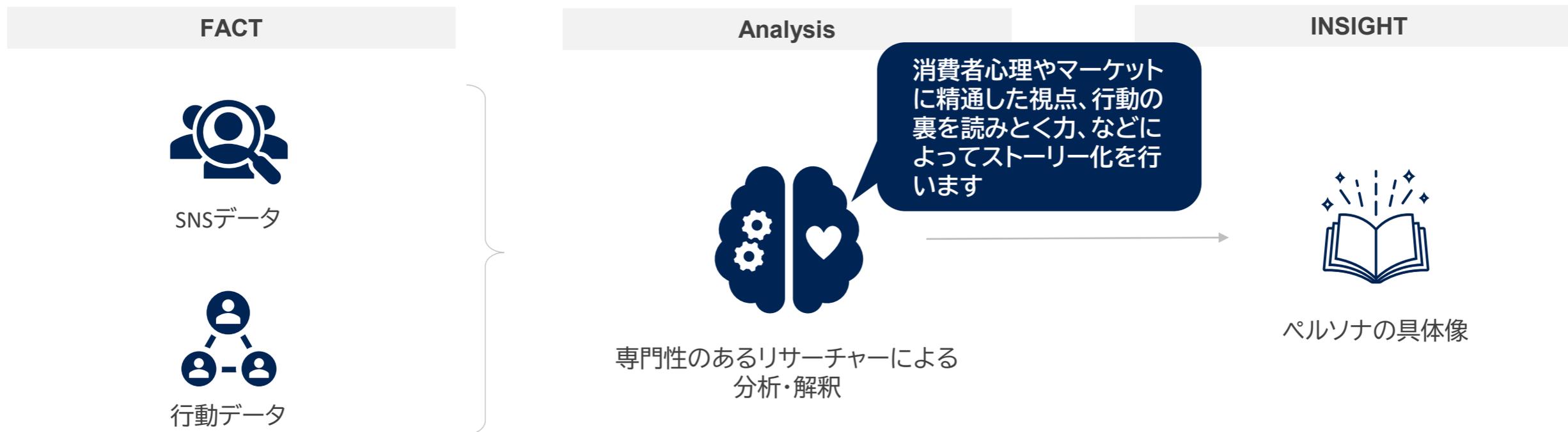
Meta社は広告のターゲティングのために、あらゆる興味関心と行動に関するデータを蓄積しています

DIGITAL PERSONAS 2.0 分析アプローチ ストーリー化: 「ファクト」から「インサイト」へ



SNSデータや行動データは、それ単体ではビジネス上の意味を捉えづらい「ファクト」のデータです。「ファクト」をビジネスに役立てるには、ファクトを解釈し、ビジネスアクションにつながる「インサイト」へと昇華させるストーリー化という手順が欠かせません。

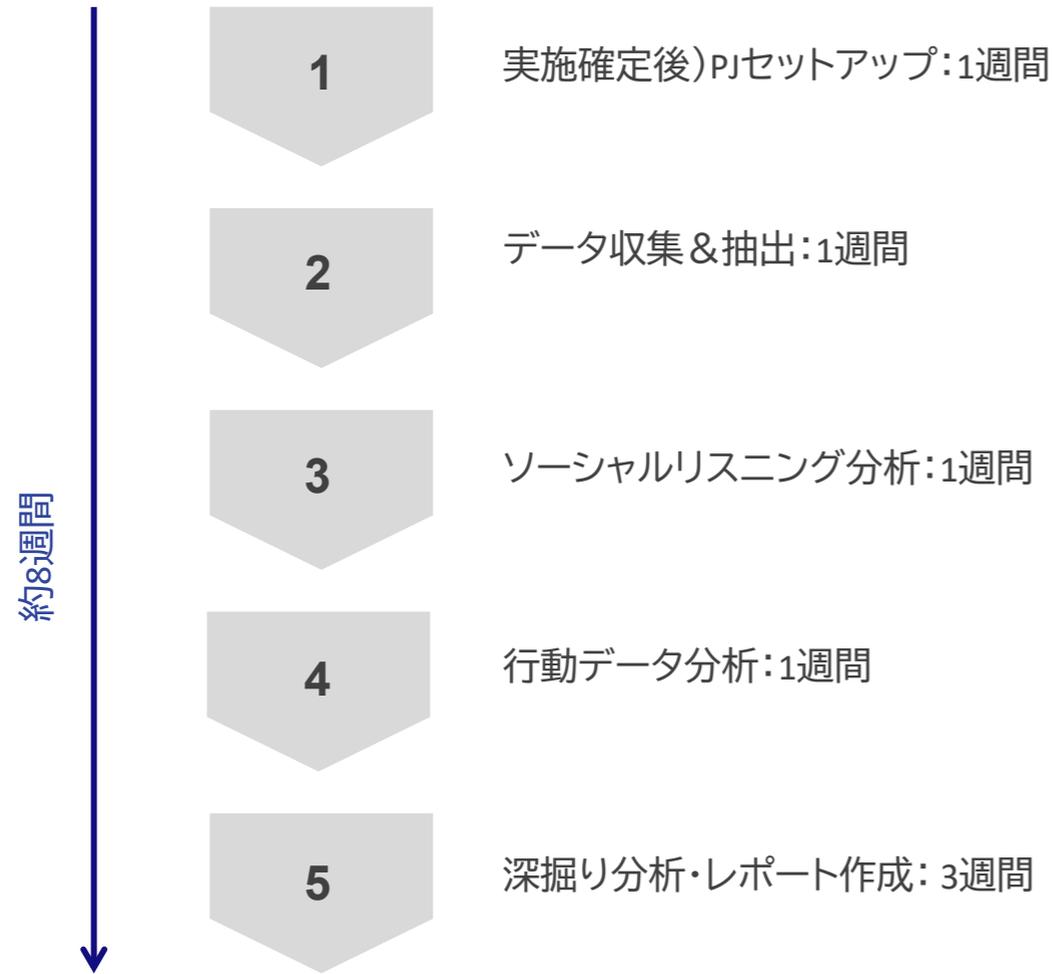
イプソスでは、「ファクト」から「インサイト」への解釈・分析に専門性をもった経験豊富なリサーチャーが、SNSデータ・行動データの解釈を通じて、御社にとっての「意味のある発見」を描きます。



DIGITAL PERSONAS 2.0

スケジュール・費用・アウトプットイメージ

■ スケジュール



■ 概算費用

280万円～(税別) /1テーマ 3セグメントの場合

■ アウトプットイメージ

