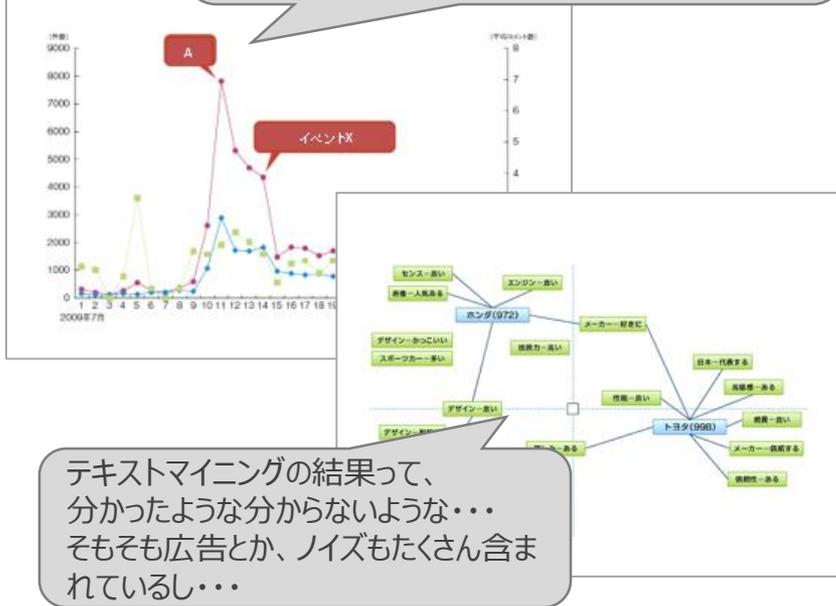


定型化された分析ツール

ツールベンダーが提供するSocial Listeningツールを使って、単純なBuzzの規模と定型的なテキストマイニングの結果だけを見ても、結局、施策が成功したのかどうか判断できないし、消費者の深い心理までは捉えることができない・・・

Buzzが大きいことは確認できるけど、それが何を意味するの・・・？
そもそもソーシャルって認知獲得だけが目的なの？それならマスの方が効果的だし・・・



IpsosのSocial Listening

Buzzを高精度で消費者の生言葉だけにフィルタリングした上で、消費者のエンゲージメントを軸に分析することで、**過去よりも新しい施策・製品はより強い興味・関心を伴って話題になっていることが確認**できた。

(インプレッションだけでなくエンゲージメントの視点)

また、高度な非構造データ分析手法を用いることで、消費者の文脈的な表現も含めて、**新施策の改善点を把握することに成功した。**

