

キャンペーン利用者情報

交流メディアで解析

クセなど
セナ
タン
デー
ション

データセクション（東京都渋谷区、澤博史社長、03・6427・2565）は、エンゲージメント・ファースト（同中央区）、フィードフォース（同文京区）と共同で、企業キャンペーンの

利用者情報をソーシャル（参加交流型）メディアを用いて解析するサービス「エンゲージメントキャンペーン」を始める。

究開発組織「エンゲージメント・カウンスル」のサービス第1弾。60万円から提供し、初年度50件の販売を目指す。

「ツイッター」や「フェイスブック」といったソーシャルメディアをキャンペーンの窓口とし、応募者のデータを取得する。キャンペーンに関心を持つ利用者の属性などを解析し、販促に活用する。エンゲージメント・ファーストがキャンペーン企画、フィードフォースがデータ取得、データセクションが解析を担当する。詳細な統計分析はオプションで提供する。従来は企画や解析など

で個別のシステム開発が必要だったり、一括型と称して一つの機能に偏っていた。連携により、専門のサービスを包括的に提供できる。企業・団体は応募者の属性を把握し、熱心な支持層だけではなく、支持する可能性がある層の傾向を可視化できる。共同研究組織は継続的に活動する。