



2011年9月 12日

株式会社 博報堂

SNS を活用した、生活者との協働マーケティングプログラム 博報堂 MROC「アイデアパーク」サービス提供開始

博報堂は、ソーシャルメディアの仕組みを活用し、調査、アイデア開発からプロモーション実施まで、企業と生活者との協働を実現するオンライン・マーケティングプログラム博報堂 MROC「アイデアパーク」(i-dea park™)のサービス提供を開始しました。

ネットワーク社会の到来により、SNS上で企業と生活者が直接コミュニケーションを図ることが可能なMROC*1とよばれるオンラインコミュニティに注目が集まっています。MROC上で企業は、生活者と直接対話できる他、生活者同士の意見交換をリアルタイムで閲覧することができます。従来のネットアンケートでは把握しきれなかった個人の嗜好や潜在ニーズを掘り起こすことが可能になることから、製造業・サービス業を始めとして様々な企業での利用が増加傾向にあります。

「アイデアパーク」は、このMROCをベースに博報堂が独自に開発した生活者参加型&マルチステークホルダー協働型のマーケティングプログラムで、特定の商品やテーマに関心の高いモニター数十~数百人をコミュニティに登録し、様々なリサーチや議論がオンライン上の対話を通じて行われます。議論の中核となる「ダイアログメンバー」、コメント・投票に徹する「クローズド・オーディエンス」、情報拡散に貢献する「オープン・オーディエンス」など、テーマや段階に応じて参加者を自由に組み合わせることが出来ます。生活者のみならず、外部有識者やメディア関係者もコミュニティに加えることが可能な為、多角的な議論展開が可能です。高いファシリテーションスキルと経験を持つナビゲーターが常に議論の活性化を図ることにより、参加者から意見・知識・経験を十二分に引き出し、企業の商品開発やマーケティング開発に取り込める有効なアウトプットを導きだします。

さらに、リサーチに重きを置く従来型のMROCとは異なり、導き出されたアウトプットを活用し商品開発を行うことはもちろん、最適な広告・プロモーションの実施、情報コンテンツの開発、ファンサイト構築まで、全てのPDCAサイクルを一貫して請け負うパッケージプログラムです。

2週間ほどの短期トライアルから、一年以上の恒常的利用まで、期間やプログラム設計を予算に合わせて柔軟にカスタマイズいたします。今後はスマートデバイスの活用も視野に入れており、時を選ばないリサーチ&プランニングが実現する予定です。

博報堂は、長年培った生活者洞察のナレッジ、年間1000件以上のワークショップ運営実績に裏づけられた協働プロジェクト・マネジメント能力を活かし、今後も企業と生活者の絆を深めるためのマーケティングプログラムを開発してまいります。

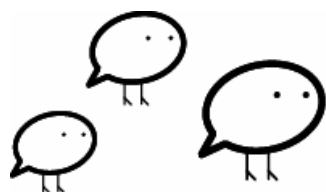
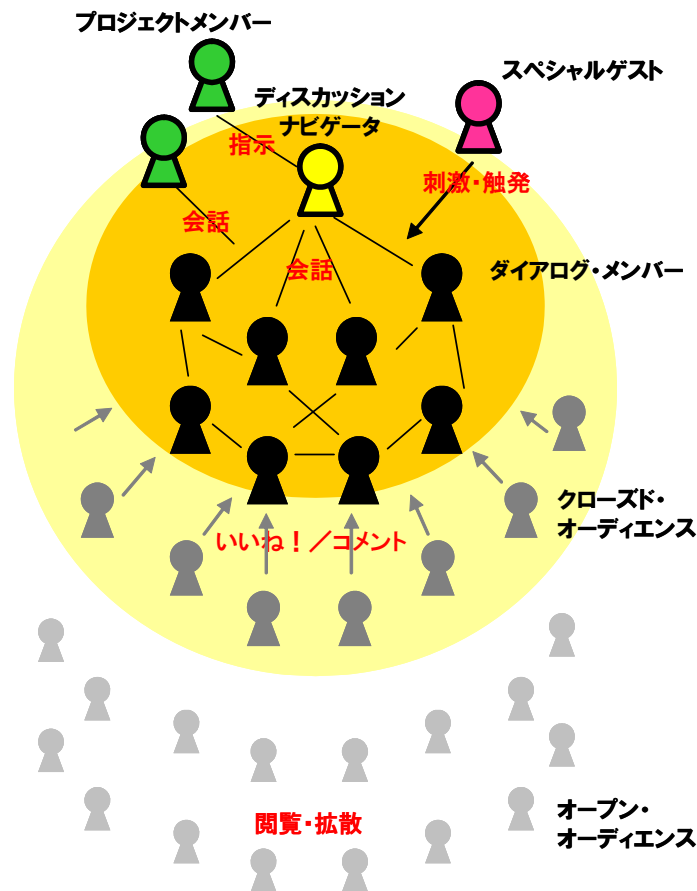
お問い合わせ：博報堂 広報室 藤井・大野 6441-6161

◆*1MROC

特定商品のファンや、共通テーマについての興味関心を持つ生活者を集めたオンラインコミュニティ。コミュニティメンバーとの「対話」を通じて、商品使用実態や購買行動の把握や、商品アイデアを開発し、マーケティングに生かすことを前提とした、リサーチコミュニティ。オンライン上の定性調査を中心に、同じ対象者に対して継続的に調査を行なう。米国では、既に企業の採用が本格化している。

◆博報堂の MROC 【アイデアパーク】

参加者とコミュニケーションの設計図（例）



i-dea parkTM

Hakuhodo Marketing & Research Online Community



読みやすさを追求した書体を使用