

オロ、インフルエンサーマーケティングの 新メニュー提供を開始

IPR / BuzzGuruを活用し、IMC施策の効果を最大化

マーケティング戦略の立案から広告 / PR戦略、プロモーション企画、CRM、マーケティング業務の運用サポートなどをワンストップで提供する株式会社オロ（本社：東京都目黒区 代表取締役社長執行役員：川田篤 以下 オロ）は、株式会社BitStarの独自開発ツール『IPR（Influencer Power Ranking）』と、当社が国内総代理店を務めるマーケティングツール『Semrush』のアドオンである『BuzzGuru Influencer Analytics』を活用し、インフルエンサーマーケティングの新メニュー提供を開始したことをお知らせします。

【IPR】

フォロワー数 / 視聴者層 / エンゲージメント数等のインフルエンサーデータを自動で収集 / 解析し、キャスティングやプランニングを最適化するツール。

【BuzzGuru】

Semrushのアドオンのひとつ。YouTube、Instagram、Twitch、および TikTok でのインフルエンサーマーケティングの競合分析に特化した機能。



【背景】

国内のインフルエンサーマーケティング市場は毎年拡大している成長市場です。2022年の市場規模は615億円で、2023年は741億円と前年比約1.2倍に成長する見通しとなっています。2027年には、2023年比で約1.8倍の1,302億円（※1）と、さらなる成長が見込まれています。

市場拡大の要因としては、以下のようなSNSユーザーの購買行動が考えられます。

①約半数のユーザーがSNSの情報に触れ、商品・サービスを購入

株式会社エルテックスの調査（※2）によると、EC通販での商品購入者の約半数（49.5%）がSNSを購入のきっかけや参考に行っているという結果が出ています。

②購入時にインフルエンサーのアカウントを参考

さらに、THECOO株式会社の調査（※3）によると、SNSで得られた情報を参考にして商品・サービスを購入したことがあるユーザーが、購入の参考にするSNSアカウントの種類としてもインフルエンサーは上位に挙げられています（ブランドの公式アカウントについて2番目に多い）。

以上のような背景から、インフルエンサーによるプロモーションは年々、需要が高まっています。しかし、ブランドや施策目的に合ったキャスティングのノウハウが無い、競合の施策状況が見えず戦略や企画の立案がしづらいなど、実施へのハードルは未だ高いのが現状です。

オロでは、そのような課題を解決するため、インフルエンサーマーケティングの新メニューを提供し、マーケティングの全体的な成果向上に貢献します。

※1 2022年11月4日 MarkeZine ソーシャルメディアマーケティング市場規模、2023年に1兆円を突破すると予測【サイバー・バズら調査】

※2 2022年12月20日 株式会社エルテックス 第20回通信販売調査レポート「通信販売に関する【消費者調査】」

※3 2022年11月7日 THECOO株式会社 SNSを介した購入経験に関する調査

【サービス内容】

オロでは、IMC支援サービスの1つとして、データに基づいた成功確率の高いインフルエンサーマーケティングを提供します。IPRによるインフルエンサーの選定とBuzzGuruによる競合調査 / 分析を掛け合わせることで、施策に対する期待値（情報配信、単価等）の予測を算出し、成果目標の達成を実現します。

①目的の明確化 / 競合調査

■目的の明確化と目標設定

①現状のマーケティング課題から目的を決める

インフルエンサーマーケティングは、好感度向上、興味喚起、理解促進、購入意向向上、購入促進、リピート促進、ファン化など、幅広い目的で活用することができます。一方で、同じ目的に対して他の媒体や施策でも数字上近い効果を出せるケースもあります。そのため、インフルエンサーならではのコンテンツ力や影響力など定性的な面も考慮に入れながら、どの目的でインフルエンサーマーケティングを行うべきかを決定していきます。

②目的を具体化し、目標を立てる

決定した目的を更に具体化し、定量的な目標を設定します。例えば、興味喚起が目的であれば、ターゲットに商品について情報収集をしてもらうなど、興味喚起に役立ったことが推測できるものをゴールとします。ゴールを明確な指標としてとらえ、定量的に判断するために、「キャンペーン開始から1か月で投稿経由の商品サイト訪問者数10,000人を目指す」など、目標を明確に定義していきます。目的と目標を具体的にすることで、後の競合調査やインフルエンサー選定の軸を作ります。

■競合調査

更に、専門のストラテジックプランナーがBuzzGuruを活用し競合調査を行い、施策の精度を向上させます。BuzzGuruでは競合ブランドのドメインから、実際にインフルエンサーを起用した案件の動画イメージや各種レポートを閲覧することができます。競合のインフルエンサーの起用状況や施策・投稿内容を参考にしたり、あるいは、重複を避けたりしながら、キャスティングや企画を進めていきます。

②インフルエンサーのキャスティング / 企画の決定

■インフルエンサーのキャスティング

キャスティングには、IPRを活用します。IPRでは、YouTube / Instagram / TikTok / X（ベータ版）といったプラットフォームからインフルエンサーを検索することができます。国内50万人以上のデータの中から、フォロワー数 / 視聴者層 / エンゲージメント数等のデータを可視化しフィルタリングすることも可能です。この機能を活用し、施策目的に適したインフルエンサーを絞り込み、ブランドと親和性が高く、タイアップに納得感の高い人物を選定します。

■企画の決定

BuzzGuruで得られた競合の施策結果データから、類似商品における最適なプロモーション方法を導き出します。更に、キャスティングしたインフルエンサーのイメージに合わせて具体的なコンテンツを企画していきます。

③インフルエンサーへの投稿依頼

施策をより効果的なものにするためには、ただインフルエンサーをキャスティングするだけでなく、商品やサービスの強みを正しく発信してもらうためのコミュニケーションが必要になります。インフルエンサーに対し、企画意図や取り上げてもらいたいポイント、場合によっては希望する投稿の形態をオリエンテーションします。

④成果の測定と分析

施策実施後は最初に定義した定量目標の達成度の評価を行います。同時に、いいねやリプライなどのエンゲージメントの分析を行い、定性面における効果も調査します。施策を実行して終わりではなく、定量 / 定性面から得られた結果を次回以降の示唆に繋がめます。

【まとめ】

オロでは、BuzzGuruによる競合の施策調査とIPRによる最適なインフルエンサーのキャスティングで精度の高いインフルエンサーマーケティングを実施します。これから取り組みたい企業様も、これまで取り組んできたものの期待以上の成果を得られなかった企業様も、この機会に是非ご相談ください。

【株式会社オロについて】

マーケティングコミュニケーション事業

企業のコミュニケーション戦略プランニングおよび実行・推進支援：<https://mc.oro.com/>

マーケティングDX / エリアマーケティング / 国内プロモーション / 広報PR /

クリエイティブ / デジタル広告・インターネット広告

海外向けプロモーション支援：<https://www.oro.com/global/>



【本サービスに関するお問い合わせ先】

株式会社オロ マーケティングコミュニケーション事業部 <https://mc.oro.com/contact/>

【報道に関するお問い合わせ先】

広報担当 TEL : 03 -5843 - 0836（直通） / E-Mail : info@jp.oro.com