

トピック: ● リアルタイムマーケティング ● インフルエンサー ソリューション: ● リーダーボード機能 ● リスニング



TaylorMade - adidas Golf Company

Sprinklrのリーダーボードにより、リアルタイムマーケティングを可能としたSNS運用

課題

発信コンテンツの効果測定と、リアルタイムマーケティング用のデータ分析

TMaGは、自社のソーシャルチャネルから発信したコンテンツが効果を発揮しているか検証したいと考えていました。すべてのプラットフォームに関する分析を1か所で実行でき、キャンペーンの有効性を比較できる機能が必須条件でした。キャンペーンのトラッキングやアドボケイターの特定を行ったり、リアルタイムマーケティングを活用する必要性にも迫られていました。このリアルタイムマーケティングには、さまざまな新製品の販売開始時に、顧客や潜在顧客とのブランドエンゲージメントを把握すること、販売開始の日程、シーズン、時間などの違いによる細かな効果の差を把握することも含まれています。

解決方法

リーダーボードを元に、リアルタイムマーケティング時の投稿を調整可能に

TMaGはマスターズ開催中に、オーディエンスの会話をリスニングしたトレンドリーダーボードを作成しました。これに基づき、TMaGはマスターズ開催中に予定していた投稿内容を調整できるようになり、特定の話題に深くエンゲージしていく、試合内容の詳細などを投稿する、イベントに関する話題を常に把握する、といったことができるようになりました。さらにこのリーダーボードにより、TMaGはソーシャルにおける各プレイヤーの価値を定量化できるようになりました。そのため、ブランドが次の年の契約をどのプレイヤーと結ぶかについて判断する際、ゴルフの成績以外にも、そのプレイヤーのソーシャルでの価値も合わせて判断することができます。

本ケーススタディ及びサービスに関するお問い合わせはこちらまで：

Sprinklr Japan 株式会社

web : <http://www.sprinklr.co.jp>

email : info@sprinklr.co.jp

Phone : 03 6278 8883

<https://www.facebook.com/sprinklrjapan>

<https://twitter.com/SprinklrJapan>

<https://www.linkedin.com/company/sprinklr-japan>

PDF版のDLは
こちらから→





ソリューション

Sprinklr上でリスニングを元にしたリーダーボードを作成し、コンテンツプランニング

TMaGはリーダーボードの分析を使用して、Sprinklrで投稿するトピックや配信するコンテンツを決定し、ブランドに関するトレンドに基づいた投稿を行っています。

結果

雑多な情報の中から重要な投稿を把握、スポンサードプレイヤー決定の判断に生かす

Sprinklrのリーダーボードによって、雑多な情報の中から重要なものを見つけることができるようになり、ブランド価値を構築してくれるスポンサードプレイヤーに関して、より詳細な情報を基にして意思決定を行えるようになりました。どのプレイヤーがオーディエンスの心を掴んでいるかが分かるため、それに合わせてブランド資産を活用することができます。これこそ、TaylorMadeが描いていたものです。

本ケーススタディ及びサービスに関するお問い合わせはこちらまで：

Sprinklr Japan 株式会社

web : <http://www.sprinklr.co.jp>

email : info@sprinklr.co.jp

Phone : 03 6278 8883

 <https://www.facebook.com/sprinklrjapan>

 <https://twitter.com/SprinklrJapan>

 <https://www.linkedin.com/company/sprinklr-japan>

PDF版のDLは
こちらから→

