

mindsquare

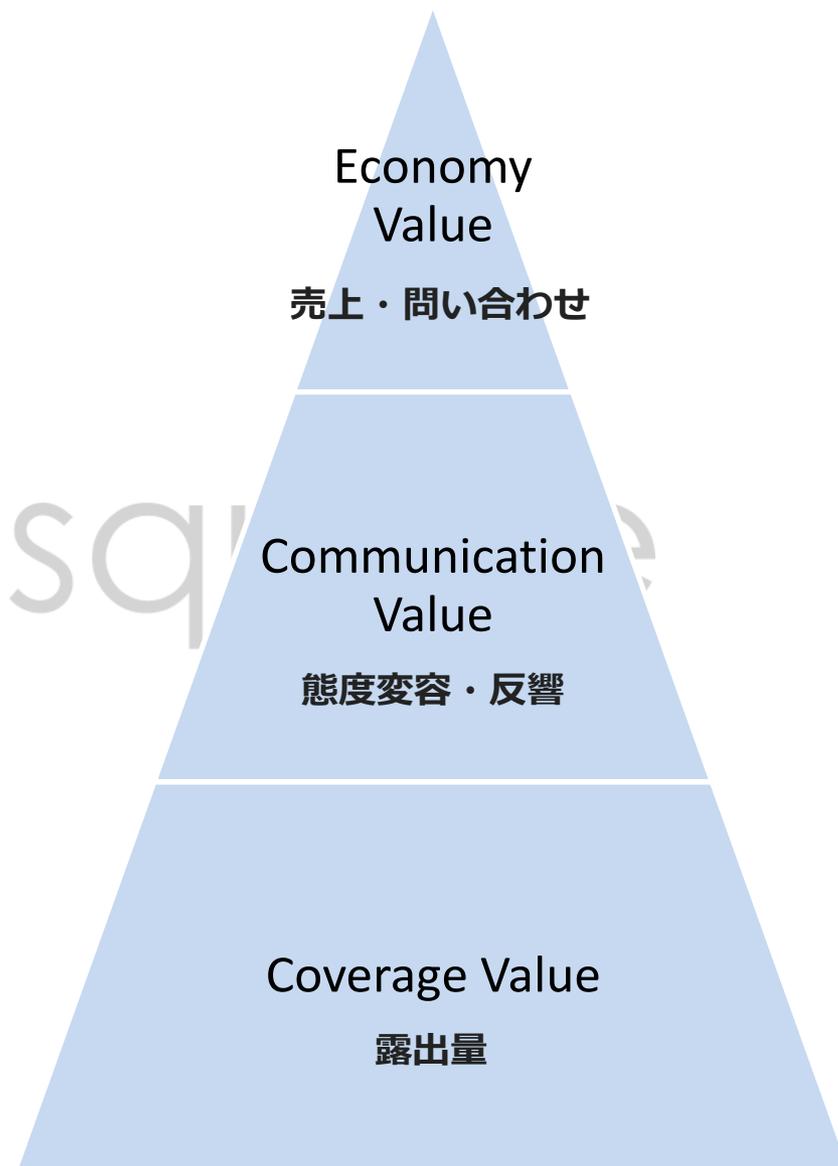
従来のように「掲載されたから価値があった」という Coverage Value を生み出すだけではなく

弊社は広告費用対効果としての最終目的である Economy Value の獲得に必要な Communication Value を大切にしております。

Communication Value 拡大の為に弊社ノウハウと用いて、発信しようとしている情報に対して熱量のある「人」「場所」「手法」を精査し、プロモーションのご提案を行わせて頂きます。

また、発信した情報がどういった評価を得ているのか等を分析することでPRに対する反響を定量化したレポートをご提供させて頂くことも可能です。

弊社はSNSを活用したPRに特化しており、お客様の課題に対して戦略の立案、メディア選定、キャスティング、リリース配信、効果測定を一貫した Total Promotion でPRにおける本質的な価値をご提供させて頂きます。



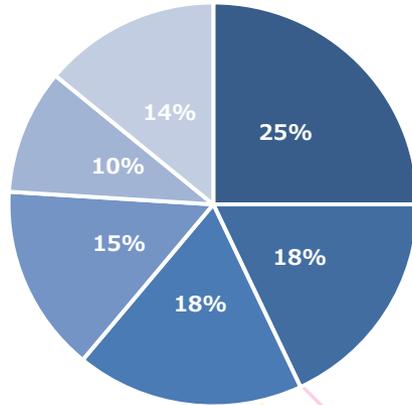
SNSを活用したプロモーションの優位性

幅広いユーザーに拡散が可能だが、莫大な広告費のかかる流動型のテレビ広告に対して、ユーザー層をターゲティングして拡散でき、比較的安価な蓄積型のSNS広告は需要が高まり続けています。



ユーザーの消費行動について

《SNS投稿で重要視するもの》



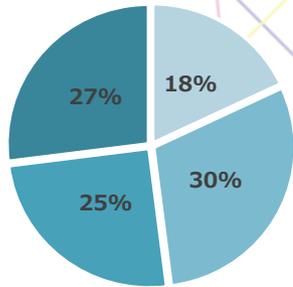
- 使用感やレビュー
- 写真
- 商品概要説明
- いち消費者としての意見
- 動画の見易さ
- その他

従来の「ググる」から近年は「タグる」というワードが生まれる程、昨今の消費者は消費行動の際にSNSでの商品リサーチを取り入れております。

その際にユーザーが重視するものは

- ・ 詳細な使用感やレビュー
 - ・ 商品の概要説明
 - ・ いちユーザーとしての声
- などの“商品情報”を求める声が全体の50%以上を占めます。

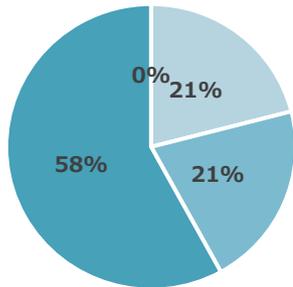
《最も購入動機になったSNS》



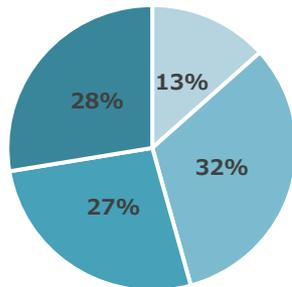
全体（10～60代）

- Twitter
- YouTube
- Instagram
- その他

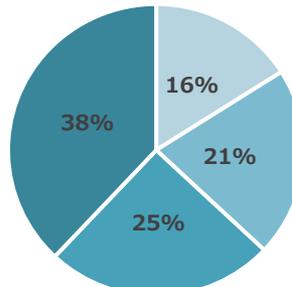
また、10代から60代全体の購入の動機になったSNSは“Instagram”と“YouTube”が過半数を占めており



10～20代



30～40代



50～60代

消費者が求める情報を訴求するツールとして“Instagram”や“YouTube”がいかにダイレクトな詳細情報を発信出来るかが分かります。

PR事例 (Instagram/YouTube)

アパレルブランド「CASA FLINE」



小顔矯正サロン「Speed小顔」



アパレルブランド「fifth」



【秋の1週間コーデvlog】 OUTFIT OF THE WEEK (全部プチプラ!!大学4年生のリアルな私服と日常)



#fifth #フィフス #プチプラ
【 ALL5,000円以下】 全身コーデ¥3,000!!!?突然コスパ最強fifth商品が届きました!!!!!! 【プチプラ】

料金プラン（概算）

■ Instagram拡散プラン

[Aプラン] 合計500,000FW保証 : ￥1,000,000 (税別)

[Bプラン] 合計1,000,000FW保証 : ￥1,800,000 (税別)

[Cプラン] 合計1,500,000FW保証 : ￥2,250,000 (税別)

※その他、実施内容やご要望に応じて、お見積りをご提案させていただきます。

■ YouTube拡散プラン

平均動画再生数×20円 (税別)

例) 平均再生数50,000回の場合

$50,000 \times 20 = ￥100,000$ (税別)

※上記金額感は概算で御座いますので、ご参考までをお願い致します。

※その他、実施内容やご要望に応じて、お見積りをご提案させていただきます。

その他、ご要望が御座いましたら、都度お見積りをさせていただきますのでお気軽にお問合せ頂けると幸いです。