

トレンダーズ、SNS における購買行動の分析メソッド 「インフルエンスファクター」にもとづいたプランニング提供を開始

SNSを中心としたデジタルマーケティング事業を展開するトレンダーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証マザーズ上場：証券コード 6069）は、SNS上の購買行動に関する独自の分析メソッド「インフルエンスファクター」にもとづいたプランニング提供を本格開始します。

◆「属性」ではなく「行動パターン」に注目した、SNS における購買行動の分析メソッド

生活者の意識・行動にSNSが大きく影響するようになった現在。商品を購入するきっかけや後押しになるケースも多く、企業のマーケティングにおいてSNSはもはや無視することができない存在となっています。

こうした背景をふまえ、トレンダーズでは、SNSを通じて生活者がどのような購買行動をおこなっているかを明らかにすべく、これまでにさまざまな定量・定性調査を実施してきました。

その中で浮かび上がってきたのは、同じSNSを使っているユーザーでも、さらには従来のターゲット分類では同じ属性に当てはまる場合でも、SNSでの購買プロセスに影響をおよぼす要素は人によって大きく異なるということです。

トレンダーズでは、この“SNSでの購買プロセスにおける影響要因”のことを「インフルエンスファクター」と命名。「属性」ではなく「行動パターン」を軸として「インフルエンスファクター」を4つに分類し、独自の分析メソッドとして体系化しました。



◆4つの「インフルエン্সファクター」について

「インフルエン্সファクター」は、大きく以下の4パターンに分類することができます。

(1) オーディエンス：「いろいろな人が良いと言っている」

SNSにおけるクチコミの多さや、ランキングの高さ、話題性などを重視しており、「たくさんの人が支持している商品だとわかる」ことが購買における最大の影響要因になるケース。

(2) トラスト：「好きな人が良いと言っている」

SNS上に、センスや審美眼を信頼できる憧れの人・好きな人がおり、「その人が支持をしていると知る」ことが購買における最大の影響要因になるケース。

(3) ナレッジ：「他と比べて良いものだわかる」

ヒトを信頼して買うのではなく、自分自身で商品の特性をチェックし、他の製品とも比較したうえで「何がどのように良いのか納得できる」ことが購買における最大の影響要因になるケース。

(4) ディスカバリー：「好きなものに出会えた」

SNSで情報に出会った瞬間に、好き／嫌い、良い／悪いを判断する傾向があり、「直感的に好き・良いと思えた」ことが購買における最大の影響要因になるケース。

また、「インフルエン্সファクター」については、トレンドーズの定量・定性調査によって、以下のようなことがわかっています。

■同じ人でも、買うもの（商品カテゴリや価格）によって「インフルエン্সファクター」が変わることがある

⇒例：高価格帯のスキンケア商材を買うときには「ナレッジ」のファクターが最も強いが、お酒を買うときには「オーディエンス」のファクターが最も強くなる、などのケースがある

■同じSNSでも「インフルエン্সファクター」によって、よく使う機能・使い方が変わることがある

⇒例：同じInstagramユーザーでも「トラスト」は好きな人の最新動向がわかるストーリーズをよく見る、「ナレッジ」は他の商品と比較するために検索・保存機能をよく使う、といった傾向の違いがある

◆「インフルエン্সファクター」を取り入れたSNSコミュニケーション

価値観やライフスタイルが多様化している現代においては、従来のターゲット分類では同じ属性に当てはまる人であっても、SNSでの購買プロセスにおいて何が影響をおよぼすかは人によって異なります。そのため、従来のSNSマーケティングのように「インフルエンサー投稿と広告、どちらがよいか」「どのプラットフォームがよいか」「どのインフルエンサーをキャスティングするか」などを検討する前に、**まずは「どのインフルエン্সファクターを、どのように刺激するか」を明確にすることが重要であると言えます。**

トレンドーズでは、この「インフルエン্সファクター」というSNS上の購買行動における独自の分析メソッドを用いたSNSコミュニケーションのご提案を本格開始いたしました。今後も、クライアントの課題解決を目指し、より本質的で精度の高いプランニングやサービスの提供を目指してまいります。

※本リリースに掲載している商品またはサービスなどの名称は、各社の商標または登録商標です。

※Instagramは、Instagram, Inc.の商標または登録商標です。

■本リリースに関するお問い合わせ■

トレンドーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp>

担当：岩田（いわた） メールアドレス：press@trenders.co.jp