

～トレンドーズのコミュニケーション設計ノウハウを書籍化～

『SNSから抽出するパーセプションでつくる ビンゴ型コミュニケーションプランニング』

カスタマージャーニー通りにモノが売れる時代は、もう終わった!?
「本当に購買につながる」コミュニケーション設計の手法を紹介

トレンドーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証グロース上場：証券コード 6069）は、日本のデジタルマーケティングのパイオニアとして知られる横山隆治氏と共同で執筆した書籍『SNS から抽出するパーセプションでつくるビンゴ型コミュニケーションプランニング』（発行元：宣伝会議）を、2024年3月21日（木）より発売します。

⇒詳細・購入はこちら <https://www.amazon.co.jp/dp/4883355985>



■コミュニケーション設計モデルは、「双六(すごろく)型」から「ビンゴ型」へ

SNS の登場、そして進化により、消費者の購買行動は大きく変化し続けています。具体的には、購買プロセスにおける、SNS の使い方や接触ルートが複雑化してきており、人によって、または接触した情報やタイミングによって、購買に至るまでのルートが無数に存在し得るようになりました。そのため、ターゲット全員が同一の購買行動を歩むことが前提となる、マーケティングファネルやカスタマージャーニーに基づいた「双六(すごろく)型」のコミュニケーション設計は、もはや時代遅れになってきていると言えるでしょう。

こうした中で、本書が提案するのが、横山隆治氏が発案した「ビンゴ型」のコミュニケーション設計です。「双六型」が「全員が同一のジャーニーを辿る」ことを前提にしているのに対して、「ビンゴ型」は「人によって購買に至るまでの行動は異なる」ことを前提にしており、これを人によって書かれている番号も穴の開き方も異なるビンゴゲームになぞらえています。トレンドーズは、この「ビンゴ型」のコミュニケーション設計について、マーケティングの現場で実践するうえでの具体手法を、横山氏とともに構築しました。

「ビンゴ型」のコミュニケーション設計では、「消費者の認識変化（パーセプションチェンジ）」の積み重ねが「購買」につながると考えます。消費者の小さなパーセプションチェンジを積み重ねることで、カードの穴が開いていき、最終的にビンゴ＝購入につながるというわけです。

本書では、この「ビンゴ型」のコミュニケーション設計の実践方法を、実例に基づいて紹介しています。

■書籍情報

- ・タイトル：『SNS から抽出するパーセプションでつくるビンゴ型コミュニケーションプランニング』
- ・著者：横山隆治、トレンドーズ株式会社
- ・定価：1,760 円（本体 1,600 円+税 10%）
- ・発売日：2024 年 3 月 21 日（木）
- ・出版社：株式会社宣伝会議
- ・Amazon URL：<https://www.amazon.co.jp/dp/4883355985>

■書籍の構成：

- 第 1 章：「ビンゴ型」コミュニケーション設計
- 第 2 章：リアルなパーセプションを抽出するための SNS 分析
- 第 3 章：パーセプション抽出の偏り・抜け漏れをなくすには
- 第 4 章：「NINE パーセプション」をもとにした、「ビンゴ型」コミュニケーション設計
- 第 5 章：ケーススタディ：あるシートマスクの「ビンゴリスト」作成

対談：「NINE パーセプション」は組織の課題を解決する切り札にもなる
横山隆治×橋本菜々子（トレンドーズ）

コラム

- ・ ChatGPT を SNS 分析に活用する方法
- ・ X をパーセプション抽出で使いこなす検索テクニック
- ・ ビンゴマーケティングと組み合わせて SNS 施策の効果を可視化する「熱量分析」とは

■著者紹介

横山隆治（よこやま・りゅうじ）

横山隆治事務所（シックス・サイト）代表
株式会社ベストインクラスプロデューサーズ 取締役
トレンドーズ株式会社 社外取締役

青山学院大学文学部英米文学科卒、ADK（旧旭通信社）入社。1996 年 DA コンソーシアム起案設立、代表取締役副社長就任。黎明期のネット広告の理論化、体系化を推進。2008 年、ADK インタラクティブ代表取締役社長就任。2011 年デジタルインテリジェンス代表取締役社長、現横山隆治事務所（シックス・サイト）代表。

企業のマーケティングメディアをP・O・Eに整理する概念を紹介。主な著書に『トリプルメディアマーケティング』（インプレス）、『広告ビジネス次の10年』（共著、翔泳社）、『CMを科学する』（宣伝会議）ほか多数。

トレンドーズ株式会社

2000年の設立以来、幅広い業界の企業に向けて、常にトレンドを捉えた最先端のマーケティングソリューションを開発・提供。世の中の空気や生活者の細かなインサイトを捉えたコミュニケーション提案を得意とする。近年は、インフルエンサー事業、デジタル広告を中心に、時代に合ったベストな手段を駆使して、クライアントのマーケティング課題の解決に貢献。また、SNSを用いたユーザー動向の分析力にも定評があり、その分析結果に基づいた独自のSNSメソッドも多数考案している。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

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

担当：山口真侑 メールアドレス：press@trenders.co.jp