

PRESS RELEASE

報道関係者各位

2015年6月16日発行

Web記事の“効果測定クラウドツール”

インディケーター

アウル、「indicator」を発売開始。

“記事のソーシャルプラグイン数を自動収集”など、5つの機能で企業の情報資産を管理

PR・マーケティング事業を展開するアウル株式会社(本社:東京都港区代表取締役 北村俊二以下当社)は、マーケティング担当者向けに、Web記事の効果を測定するクラウドツール「indicator(<http://indicator.jp>)」を2015年6月16日(火)、発売開始します。

開発背景

- 1.これまで記事の露出効果を測るためには、露出面積や露出時間を基にした「広告価値換算」が主流でしたが、Webメディアの台頭により**新しい測定方法**が求められてきました。
- 2.Webメディアでは、記事が「ポータルサイト」や「ソーシャルメディア」へ拡散し、Web上に同一の記事が点在するため、すべてを把握するためには、**検索する手間**がかかっていました。
- 3.露出後の記事は、検索エンジン経由でユーザーに閲覧され続けられるため、マーケティング担当者は「指定したキーワード」で検索順位が何位に位置するか、**毎日チェック**していました。
「私たちに代わって、作業をしてくれるシステムが欲しい！」
そのような要望に応え、1年2か月を経てWeb記事の効果測定クラウドツール「indicator」を開発するに至りました。

Web記事の効果測定クラウドツール indicatorとは?

indicatorは「5つの機能」でWeb記事の情報価値を測定し、PRの費用対効果を算出するだけでなく、情報資産をトータルで管理することができます。当社が独自に定義した「編集価値換算ロジック」を使って、記事ごとの「想定PV」を把握したり、検索エンジンでの「検索順位」をチェックしたりできます。露出した記事の登録にかかる時間は30秒ほど。複数のマーケティング担当者が同一アカウントで作業することも可能※1です。

「カンタン操作で情報資産が見える化。」をコンセプトにindicatorは、お客様にもメディア様にも必要とされる機能を開発し、クラウドツールとしての継続的な進化を目指します。



Webメディアに取り上げられても、
どれだけの反応や拡散があったのかわからず、困ったことはありませんか?
indicatorなら、WebPRの効果を可視化できます。



まったく新しいWebPRの基準

“露出される価値”から、“読まれる価値”へ。
「編集価値換算」という新しいKPI。
indicatorなら記事の「想定PV」を算出することができます。

PRESS RELEASE

インディケーター indicator 5つの機能

■1.Web 記事の効果を可視化

Web 記事に含まれるフェイスブック、ツイッター、はてなブックマークの各ソーシャルプラグイン押下数を登録日より毎日自動的に収集し、データベースに蓄積します。それにより、広告価値換算や編集価値換算が測定されます。さらに、指定した2軸でグラフ表示をさせることができ、効果を可視化することが可能です。

■2.想定 PV 数を算出

当社ロジックに基づき、記事ごとの「想定 PV 数」を算出することができます。ソーシャルプラグイン押下数と実 PV との相関性から、想定 PV 数を算出しています。

■3.検索エンジンにおける記事順位の測定

「キーワード」を登録すると、「Google」と「Yahoo!JAPAN」の両検索エンジンで、その記事が何番目に表示されているのかがわかります。

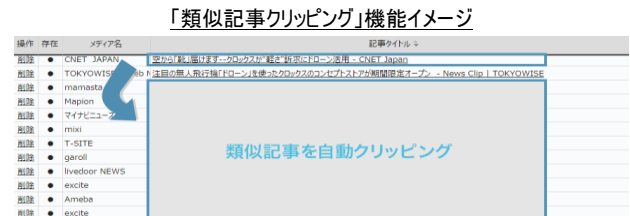
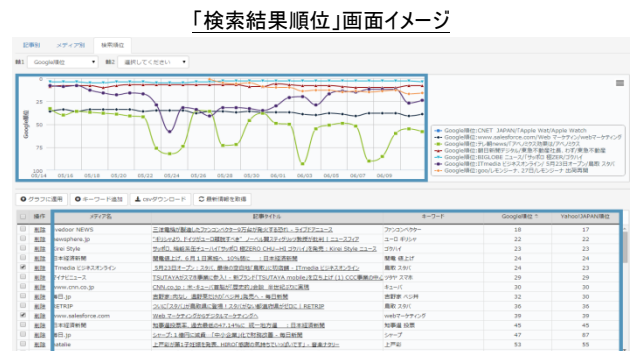
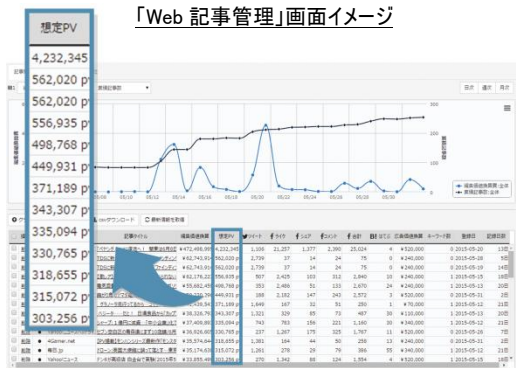
検索結果順位が高ければ、検索エンジン経由で多くのユーザーに読まれることになるため、その記事の価値は高まります。

■4.類似記事をクリッピング

記事の URL を登録すると、類似記事をクリッピングしデータベースに自動反映します。このアシスト機能※2 を利用することで、伝播した同一記事を探す手間が少なくなります。

■5.キーワードでクリッピング

事前にキーワードを登録すると、キーワードに関連する記事を自動的にピックアップし※3、データベースに蓄積します。手作業で関連記事を追加していく手間が省けます。



インディケーター indicator 製品概要




URL... <http://www.indicator.jp>

初期費用...50,000 円(税抜き) アカウント開設/設定費用

月額費用...150,000 円(税抜き) 1ユーザー/ライセンス費用

1カ月のお客様自身による「トライアル」は無料です。半年間以上の利用から契約が可能となります。

※1 ライセンスで利用可能なユーザーは1人まで。

追加1ユーザーの月額ライセンス費は10,000円となります。

※2 登録可能な「記事件数」は、毎月1,000件を上限。

※3 登録可能な「記事検索キーワード数」は、毎月1,000件を上限。

PRESS RELEASE

その他参考情報

■編集価値換算とは

12のメディアから約8,000記事の実PVを公開してもらい、それらの記事内におけるソーシャルメディア・プラグインボタン押下数を把握。「IT/ビジネス」、「エンタメ/ライフスタイル」、「バイラル/動画」、「その他/一般」という4つのカテゴリーに分け、実PVとソーシャルメディア・プラグインボタン押下数から相関性を導き出し「想定PV数」を割り戻したもので、その想定PV数に一般的なメディアの1PVあたりのティアアップ金額を掛け合わせて「編集価値」を換算しています。

従来の広告価値換算と比べ編集価値換算は、実際に反応があった記事の価値を換算することができ、実効力の高い換算手法であると考えています。

■情報資産とは

Webメディアの特性として“1つの記事が複数のメディアに伝播していく”という拡散性の他に、“掲載された記事は半永久的にアーカイブされ、検索エンジン経由でいつでもその情報にたどり着くことができる”という蓄積性が存在します。つまり、Web上の記事はその拡散性と蓄積性から、即時的な“フローバリュー”に加えて、検索され続ける“ストックバリュー”を併せ持つ「情報資産」としての価値が認められます。

indicatorを利用すると、マーケティング活動を通じて露出されたWeb記事に即時的な「投資対効果」があったかどうかを判断できるばかりか、投資に対してどれくらいの「情報資産が構築されたのか」を可視化できます。つまり、有益な情報を保有する企業にユーザーが訪れる“インバウンドマーケティング”の考え方にも即していると言え、今まで間に包まれたエディトリアル領域の効果検証ができるようになることから、次世代の「Webマーケティング」に欠かすことのできないクラウドツールであると考えています。

アウル株式会社について

アウル株式会社は、「戦略立案」、「企画設計」、「クリエイティブ制作」までを一手に担う“デジタルに強みを持った戦略PR会社”です。デジタル面では、メディアとのリレーション管理、プレスリリース配信のクラウドツール「accera(アクセラ)」を先行してリリースしており、戦略PR面では世界三大広告賞「GLIO Image Awards」で入賞(2015年 クロックス社/空中ストア)、航空業界のソーシャルメディアマーケティング賞の権威「SMITTY AWARDS」で銀賞(2013年 全日本空輸社/IS JAPAN COOL?)を獲得するなどしています。

- 社名 : アウル株式会社 (AUR, Inc.)
- 代表者 : 代表取締役 兼 CEO 北村俊二
- 設立日 : 2006年1月23日
- 資本金 : 10,000,000円
- 従業員数 : 40名 (2015年4月1日現在)
- 事業内容 : PR・マーケティング事業
- コーポレートサイト : <http://www.aur.co.jp>
- 関連会社 : ジオマ株式会社 (メディア事業・ネイティブアド事業・プロダクトデザイン事業)

本件に関する報道関係様からのお問い合わせ先

アウル株式会社

indicator(インディケーター)PR事務局 / 大澤(オオサワ) / 西山(ニシヤマ) / 樋渡(ヒワタシ) / 柴田(シバタ)

TEL: 03-5545-3888 FAX: 03-5545-3887 MAIL: indicator@aur.co.jp

〒107-0052 東京都港区赤坂 1-7-1 赤坂榎坂森ビル 5F