

ピアラの 優位性

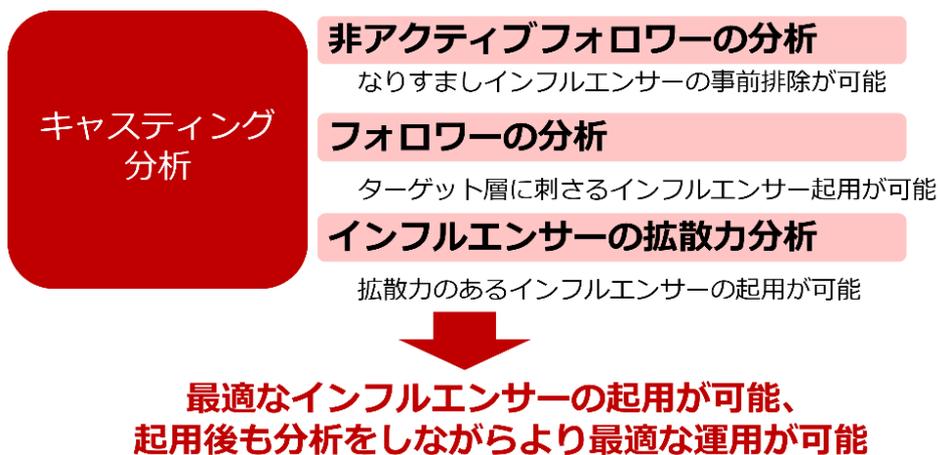
- ◆ アルゴリズムを捉えた適切な運用と独自エンゲージメント分析
→AIによる運用方針、クリエイティブ・ハッシュタグのレコメンド
- ◆ 競合アカウントの分析が瞬時に可能

SNS は情報収集のための検索ツールとして用いられるようになっており、消費者は SNS での初回接触後、「公式サイト」として企業の公式アカウントを検索する動きを取っています。そのため、公式 SNS アカウントを運用することで、信頼性のある公式のコンテンツと、客観的な情報として親近感を持つことができる一般ユーザーのコンテンツを行き来することによって、人々の購入意欲を掻き立てることができます。

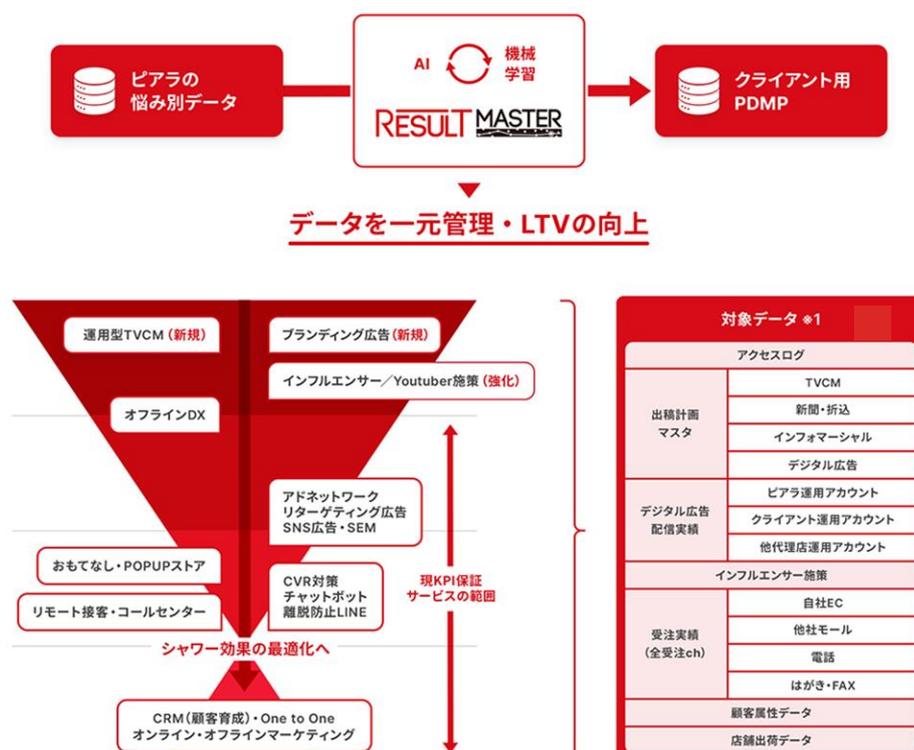
このような背景から、公式 SNS アカウントの運用を強化することで、見込み顧客の獲得、ブランド認知～理解促進～購買意思決定、ナーチャリング※1 など、一連の流れでマーケティング効果を向上させることが可能であり、これらの効果に起因する売上の最大化が期待できます。

さらに当社は、SNS のアルゴリズムを捉えた適切な運用や、ニーズにマッチしたインフルエンサーの起用、競合のアカウント分析を瞬時に行うことも可能です。※1 ナーチャリング：潜在顧客から見込み顧客へ、見込み顧客から既存顧客へと引き上げていくこと

運用型インフルエンサー施策では、数字で計測しにくいインフルエンサーの影響力を分析し、最適なキャスティングを実施します。実際に、アクティブフォロワー率やエンゲージメント率からインフルエンサーの影響力を測定したり、フォロワーデータやいいねを押した人のデータからインフルエンサーの属性を把握することで、商品とインフルエンサーの相性の良さを測ることで、効果を最適化します。ブランドのターゲット層をファンに持つ、最適なインフルエンサーを選ぶことで公式アカウントを育てることができ、投稿の質だけでなく、インフルエンサー本人の信用性が高ければ高いほどファンの育成にも繋がります。



■ オフライン・オンラインのデータを統合分析するピアラの通販 DX サービス



当社は、通販事業者のさらなる成長をサポートするため、これまでデータ化されていなかったオフラインのデータやインフルエンサー・オンラインマーケティングのデータを統合・一元管理し、クライアントのデータパートナーとして、運用型TVCMや認知広告、インフルエンサーの活用などのブランディングから新規顧客の獲得の効率化、LTVの向上までを一気通貫で支援しております。

現在、外部遷移を無くすことで、購入率をさらに向上させることを目的として、SNSアプリ内で決済までを完結し、商品を購入することが可能になるシステムなどの導入も検討しています。当社は、SNSマーケティングにおける取り組みを一層強化することにより、今後も企業の売上の最大化に貢献してまいります。

【株式会社ピアラ 会社概要】

商 号 : 株式会社ピアラ
 代 表 者 : 代表取締役社長 飛鳥 貴雄
 所 在 地 : 〒150-6013 東京都渋谷区恵比寿 4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー 13 階
 設 立 : 2004 年 3 月
 事 業 内 容 : 1. EC マーケティングテック事業 2. 広告マーケティング事業
 資 本 金 : 850 百万円 (2021 年 12 月末)
 証 券 コード : 東京証券取引所市場第一部 7044
 関 連 会 社 : 比智 (杭州) 商貿有限公司、PIATEC (Thailand) Co., Ltd.、
 株式会社 PIALab.、台湾比智商貿股份有限公司、
 CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.、PG-Trading (Vietnam) Co., Ltd.
 株式会社ピアラベンチャーズ

本リリースに関するお問い合わせ 市村
 e-mail: info@piala.co.jp