

独自の分析指標により
企業とコミュニティのギャップを明らかにし
次の一手につなげる

コミュニティ（会員組織）戦略診断 ご説明資料



課題

コミュニティ（会員組織）運用、 なんかうまく言ってない・・・

ファンコミュニティ・ECサイト会員・公式SNSフォロワー・メルマガ読者など…
ブランドファンとの接点をもっと強化していきたい。

コミュニティを盛り上げていきたい!

でも……。

- どんな人がいるのか
- どんなことを考えているのか?
- どこから手を付けたいのか?
- すでに施策を仕掛けているけど、今のやり方でいいのか?
- 反応が悪くなってきたけど、どこを改善したらいいのか?
- なんかうまくいってない気がする



わからない!

それなら
企業としての目標とコミュニティ参加者の
「本当の気持ち」の間にある



ギャップの把握

から始めましょう



コミュニティ参加者の方々の気持ちに寄り添った
施策により、その力を引き出すことができます

その
ために



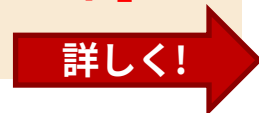
コミュニティ参加者（会員）の方々の気持ちを
把握するための指標が必要

それが

「アンバサダーマインド」

です!

詳しく!



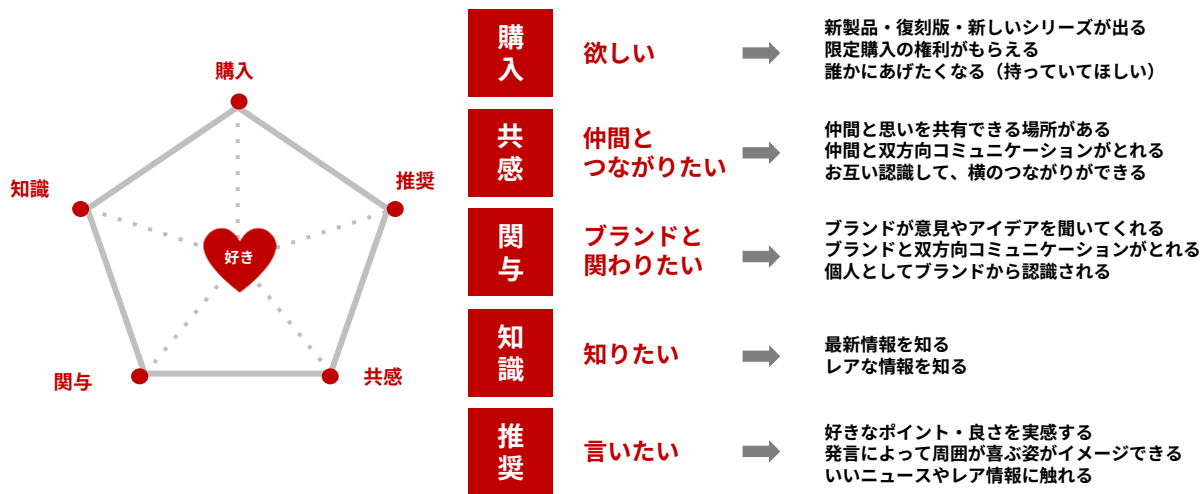
「5つの欲求」による独自の分析指標 アンバサダーマインド

企業のコミュニティ運用の課題解決のために・・・

「ファンによる行動」の分析指標 アンバサダーマインドを活用

200を超えるファン育成・活性化プログラムの運用実績から、ファンによる好意の表現や行動を5つの欲求に集約。

ブランドごとに、どの様な欲求にもとづいて表現・行動するファンが多いのかを調査し、その傾向を把握してプログラムの全体設計・施策に活用します。



ファンの欲求を把握して
施策を立案・実行することで
好意度の向上&購買・推奨
などにつなげる

のべ30社の実績
平均との比較も可能

 アンバサダーマインドで、コミュニティ参加者と自社との「ギャップ」を測定する。

対象
自社メルマガ読者/ECサイト会員/SNSフォロワー/アンバサダープログラム参加者/その他自社会員など。

ファンの欲求を5つの軸で数値化した「アンバサダーマインド」アンケートを実施

目標の設定

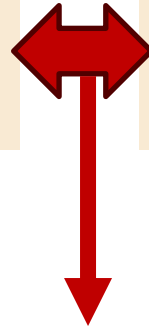


ご担当者がアンバサダーマインド5項目
に合わせて目標設定

対象アンケート調査

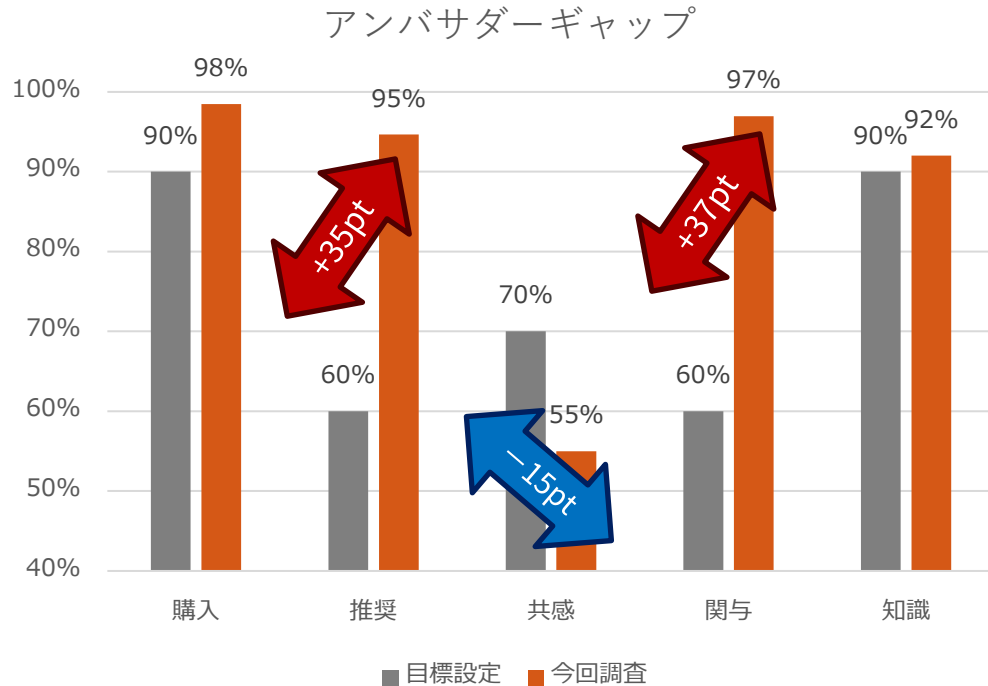


定量・定性（自由記述）から、
「参加者・会員の本当の気持ち」を把握



目標と調査結果の**ギャップ**から、
今後の施策の方向性を明らかにします。





■ギャップポイント（自由記述より）

- 「推奨」 +35ポイント
・ 特に商品の使用感をもとに推奨したいという意向が多くみられる。
- 「関与」 +37ポイント
・ 特に商品開発・デザインへの参加意欲が多く寄せられている。
- 「関与」 -15ポイント
・ ファン同士の交流を望む声は目標より少なかった。



- 推奨と商品開発をテーマにした活動をこれまでより重視する
- 会員同士の交流についてはいったん優先度を下げる

アンバサダーマインドとギャップをキーとして、調査目的やご予算に応じたアレンジが可能です。

コミュニティ参加者 属性

- 回答者の基本属性

アンバサダー マインド

- コミュニティ参加者の欲求傾向
- 期待する施策
- インサイト

- など

ギャップ

- コミュニティ参加者の気持ちと企業側の目標のずれを測定

追加設問 (オプション)

- コミュニティ参加者の分類（ブランドに対する意識×属性のクロス）など

コミュニティ（会員組織）戦略診断 フロー

コミュニティ
(自社会員・公式SNSフォロワー・アンバサダープログラム登録者など)



Webアンケート
(定量・定性)
10問(うち自由記述5問)を
想定

定量分析

テキスト
マイニング

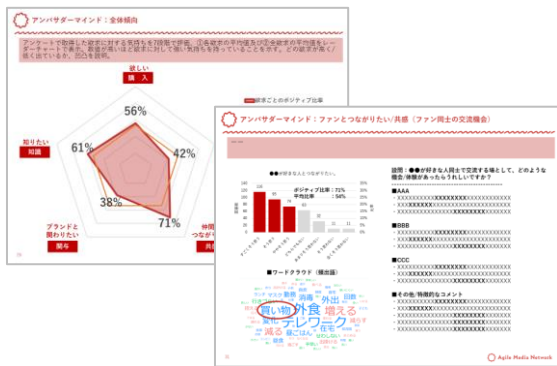
回答と比較



マーケティング
ご担当

5項目の「目標」を設定

調査レポートサンプル

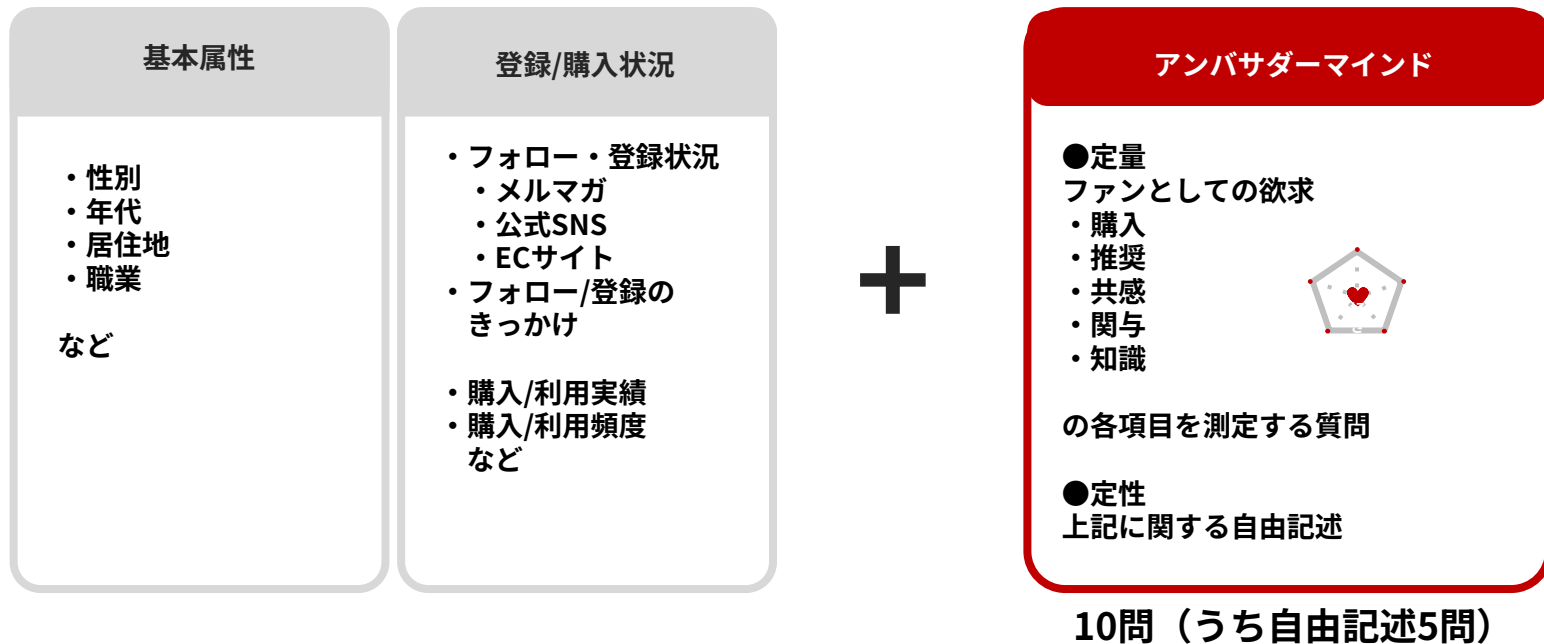


コミュニティ参加者の欲求を“ギャップ”で
捉える



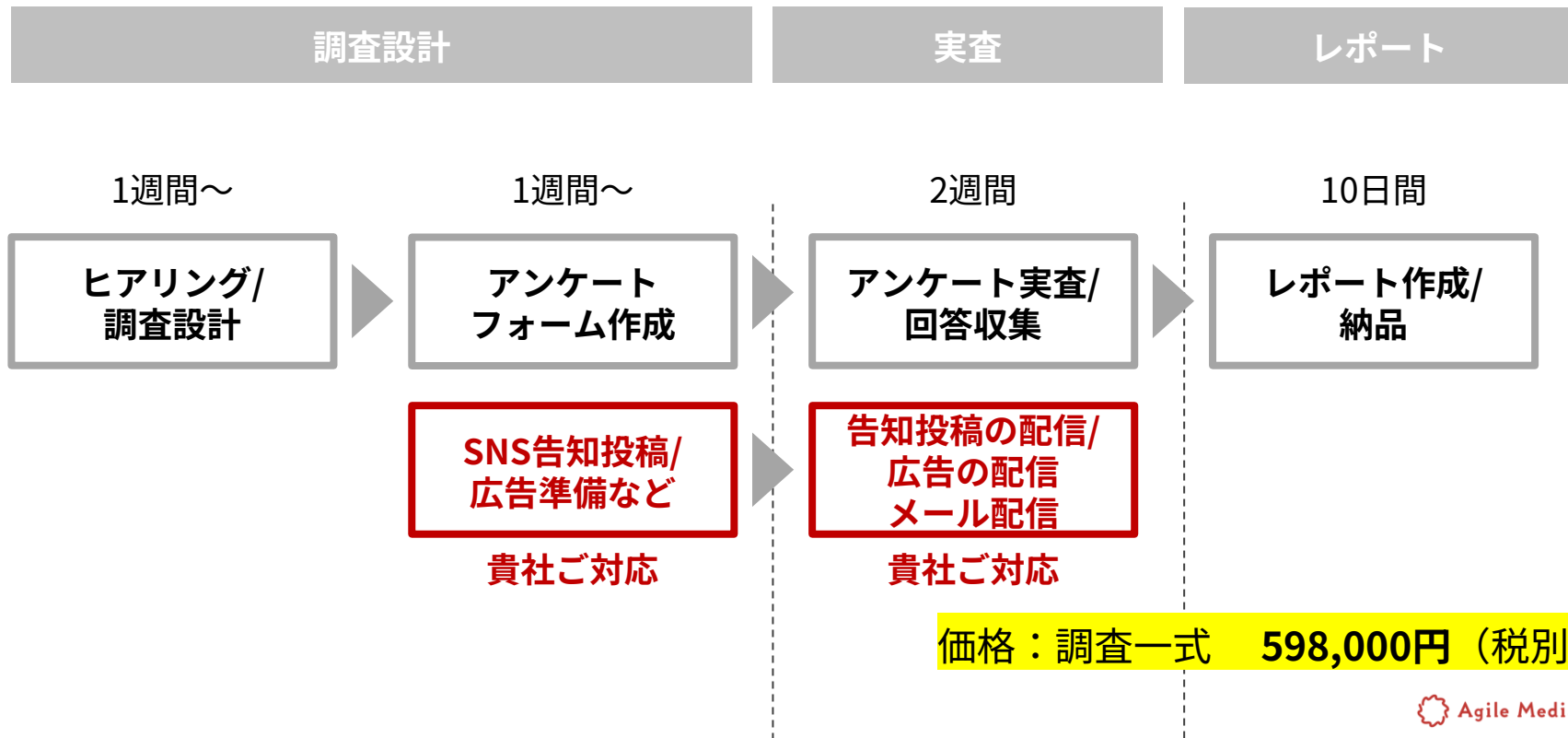
次のコミュニティ
運用の
企画立案へ

アンケート調査項目



なるべく多くの回答を得るために、質問数は10問以内におさめることをおすすめしております。

ヒアリングからレポート納品まで1か月程度



- 調査費用には調査設計・アンケートフォーム作成・設置、実査、報告書作成を含みます
- 対象者（自社会員・EC会員・公式SNSフォロワーなど）への告知（アンケートフォームへの誘導）につきましては、御社にて お願いいたします
- 公式SNSフォロワーの回答数はフォロワー数に依存します。特にInstagramのフォロワーアンケートについては、アンケートフォームへの誘導の手段が少ないことから、十分な回答数が集まらないことがあります
- 調査は弊社独自の分析指標「アンバサダーマインド」をもとに設計します。これ以外の項目についてはオプションとして別途費用を頂戴します。

まずは、お気軽にご相談ください。

【お問合せ・ご質問先】

ap_biz@agilemedia.jp



アジャイルメディア・ネットワーク株式会社 (AMN)
〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-1-40 江戸見坂森ビル4F