

2011年9月1日

株式会社ウイジー

## つぶやきバズプロモーションサービス 『ツイリッチ』で Facebook キャンペーンの対応を開始

～新機能スマートフォンサイト・Twitter クライアントも加わり、更に使いやすく～

株式会社ウイジーは(所在地:東京都千代田区岩本町3-7-13早川ビル3階 村山 崇)は、アズ株式会社と共同で、つぶやきバズプロモーションサービス、『ツイリッチ』の新機能(Facebook キャンペーン、スマートフォンサイト、Twitter クライアント)を発表いたします。

今回 発表する新機能の詳細とツイリッチの概要は次のとおりです。

### 【 新機能について 】

『ツイリッチ』は、キャンペーンを主催している企業の Facebook ページで『いいね！』ボタンを押すことで、ポイントを貯めることができる Facebook キャンペーンの対応を開始しました。企業は簡単に『いいね！』を集めることができ、また、『いいね！』を押されることで、『いいね！』を押したユーザーの友達まで、Facebook ページを広めることができます。ユーザーは『いいね！』を押すだけで、通常の Twitter でのキャンペーン以上に、気軽にポイントを貯めることができます。参加方法は、通常のキャンペーンと同じで、『ツイリッチ』のユーザーサイトから Facebook キャンペーンを選ぶことでエントリーできます。

また、『ツイリッチ』はスマートフォンに対応し、ツイリッチに特化した Twitter クライアントの『twirich +』を同時にリリースしました。これにより、『ツイリッチ』のサービスが更に使いやすくなり、普段 Twitter を使うのと同じ要領で利用できるようになっています。『twirich +』では、従来の Twitter の機能はもちろん、その場でキャンペーンに参加して、キーワードやハッシュタグを組み込んでツイートすることができます。また、獲得ポイントを決定するユーザーの TwiRich ランクも表示されます。

ツイリッチのユーザーサイトは下記のとおりとなります。

<http://www.twirich.jp/>

### 【 Facebook について 】

Facebook はユーザー数が世界で 7.5 億人、日本でも 400 万人を超え、今後爆発的な成長が見込まれます。また、『いいね！』数が 1 万を超えている Facebook ページは前月比 158%の 156 ページとなり(7 月末時点)、Facebook ページをマーケティングに利用する企業が急激に増えています。Facebook ページの『いいね！』の数は、そのページのファンの数であり、企業は『いいね！』を押したユーザーに対して、Facebook ページでのプロモーションを実施できます。

## 【 製品・サービス詳細 】

ツイッターは社会的認知度が急激に高まり、会員数が1,400万人を突破しましたが、多くの企業が効果的にマーケティングを活用できていないケースが多い状況です。『ツイリッチ』では、企業が告知したい新商品(バズプロモーション)、調査したい事項(リサーチ)、認知させたい印象(ブランディング)といった『キャンペーン』を引き受け、『ツイリッチ』の登録ユーザーに『キャンペーン』に関する情報を流します。『ツイリッチ』のユーザーは、ユーザー登録時点で携帯電話のメールアドレスを登録しており、登録したメールアドレスへ『キャンペーン』の情報が流れてきます。ユーザーは自分の興味のある『キャンペーン』に参加することが出来、『キャンペーン情報』に紐ついた特定のキーワードやハッシュタグを組み込んでツイートすることで換金性のあるポイントを貯めることができるようになります。ユーザー側には『気軽なつぶやき』によって換金性の高いポイントが貯まっていき、獲得ポイントに合わせ自身のつぶやきの価値が向上する仕組みになっているため、モチベーションの高い状態で『キャンペーン』に参加することが出来ます。企業側はつぶやきの影響力、男女、エリア等のセグメント分けをした『キャンペーン』を仕掛けることができるため、ターゲティングに合致したユーザーを対象とするバズプロモーション、リサーチ、ブランディングを実現することができます。



## 【 ツイリッチの特徴 】

企業は『ツイリッチ』にキャンペーンを登録する際、平均ツイート数、ツイートの鮮度、フォロワー数、フォロワーとフォロワー数の比率、RTの拡販性など、独自の指標に基づくセグメントを指定し、バズを仕掛けてほしいユーザーを選定することが可能です。また、『必要なつぶやき』に対する広告費を独自に設定することが出来(一つのおつぶやき〇〇円等)、最低限必要なつぶやき数を設定することもできるため(最低〇〇件のつぶやきが必要等)、希望する予算内で必要な『つぶやき数』を集めることが出来ます。そのため非常に費用対効果が高く、想定ターゲットへのバズプロモーション、リサーチ、ブランディングが実現出来ます。ユーザーは『ツイリッチ』上でのつぶやきの品質が上がれば上がるほど、またつぶやきの影響力が高くなれば高くなるほど、企業からオーダーされるつぶやきの価値が上がるため、高いインセンティブのもと高い品質の発言をつぶやくことにつながります。

## 【 関連リンク URL 】

株式会社ウイジー

<http://www.whizzy.co.jp/>

アズ株式会社

<http://www.asz-group.jp/>

『ツイリッチ』ユーザーサイト(PCとスマートフォン)

<http://www.twirich.jp/>