

購買データに基づく パッケージデザインを提案 ID-POSとSNSを活用した新サービスを展開

株式会社True Data／CREMU DESIGN株式会社

購買データ分析のTrue Data（東京都港区、米倉裕之社長、以下＝トゥルーデータ）とクリエイティブデザインを手がけるCREMU DESIGN（東京都港区、藤本誠史CEO、以下＝クリミューデザイン）は、3月20日より、データ分析に基づいたリニューアル商品のパッケージデザインや商品コンセプト、新商品の開発などを提案する新サービス「Designers Eye（デザイナーズアイ）」の提供を開始した。

トゥルーデータは、購買データ分析をしてドラッグストア・スーパーマーケットなどの小売業にID-POS（IDがついたPOSのこと。誰がどの商品を購入したかを把握できるもの）システムやコンサルティングサービスを提供している。

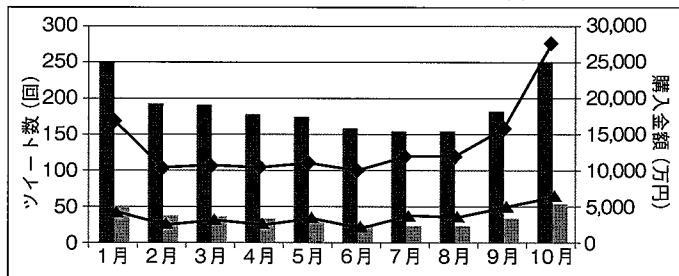
ターゲットとして、食品を始めとした日用品などのメーカーを対象としており、トゥルーデータが持つ約5,000万人分のID-POSデータ（店舗のポイントカードを利用した購買データ）を有効に活用するためと共同で提案する。

同サービスの目的としては、商品メーカーの固有商品の価値を高めることにあり、その中には、パッケージデザインだけではなく、プロモーションを含めたブランド戦略までをサポートする。

内容としてID-POSデータに基づいた販売の実績、ブランド別の流入出の比較を行った現状の把握。SNSを活用した、商品購入後の消費者とメーカー側のイメージギャップなど問題点を分析し、それらのデータに基づいた新デザインを提供する。

クリミューデザインの藤本CEOは「これまでは、ID-POSを分析する企業とSNSを分析する企業はどちらも多く存在していたが、二つを一貫して繋げて分析をするサービスは珍しい」と述べた。メーカーによっては、商品の売上とSNSでの評価を繋げることができないことが多く、これを商品の売上などの結果と、その理由を明確にすることによって、より信憑性のあるデータとして出すことができる。このことについて、トゥルーデータのデータベースマーケティング部の竹村博徳氏は「これまでにない、新しい試みの一つ」だという。

●商品の売上とSNSの反応を比較して信憑性のあるデータを出すことができる



●一貫したサービスを提供することで、総合的な課題解決や具体的な提案が可能に

