メタデータ、口コミ分析によりポジショニングマップを作成し、競争戦略を提案する『ポジションマッパー』サービスを発売

～１号案件は、アパレル出店時のファッションビル選びに役立つマップ。
若者向けカジュアルファッションブランドN
が出店するのに際して当該のファッションビルに言及した口コミを分析。『印象・感４分析』サービスで分類軸を選び既存店舗や競合と比較し優位なポジションを提案しました。

メタデータ株式会社（所在地：東京都文京区
代表取締役社長：野村直之）は、口コミを自動解析並びに目視で分析してポジショニングマップを作成し競争戦略を提案する『ポジションマッパー』サービスを本日発売します。1号案件として、ファッションビルへの印象、感想を語った最近１週間分のツイートの解析結果から、競合店、類似店を特徴付ける属性（高級感、大人っぽい等）を抽出し、仮説に基づく追加分析を踏まえて、ポジショニングマップを描画。そして、カジュアルファッションブランドNの強みを活かしつつ、ポジショニングマップ上の空白領域を押さえていく競争戦略を提案しました。ここまで実施する『ポジションマッパー』サービスを今後、1案件50万円～(要見積)で受注するとともに、ターゲット業界、事業の種類や、競争の様態ごとに最適化した分析手順、ツールを、代理店や高付加価値BPO(Business Process Outsourcing)事業者向けにライセンス、OEM供給してまいります。

■分析者のための充実した解析ツール群
7月に『印象・感４分析』サービスと共に発表した高精度ネガポジ解析API、5W1H抽出APIや、意味構造を検索できるメタパーザ検索APIを駆使して人間の洞察力を100倍効率的に引き出すことができます。OEM供給先には分析手順書とAPI群を提供します。メタパーザ検索APIを特定目的向けに使い易くした「したいこと検索API」もあります：http://www.metadata.co.jp/shitaina-ma8.html

■ ポジショニングマップとその活用について
企業経営には、事業への思い(理念)、SWOT
分析(社内外の強みと弱みの分析)、事業ドメイン(顧客は誰か、ニーズは何か、自社の強みは何か、を定義)、成長戦略（新商品や新市場）、そして競合との立ち位置の違いを明確にするポジショニングマップ（競争戦略）を描く、という正しい順序で立てた事業計画が有効、と言われます。
上流に遡るほど、思い込みや価値観、直観に基づく仮説が登場しがちです。しかし、個別の戦術や施策に落とし込む一歩手前のポジショニングマップでは、実際の顧客（消費者）の声、印象、ブランド認知を正確に把握し、自己像の現状と願望(As is とTo
be)から離れた客観的、第三者的な分析を取り入れなければ事業の成功は覚束ないと考えられます。『印象・感４分析』サービスは、特定のテーマについての恒久的な印象から、なでしこジャパンの試合中の感情変化まで分析し、要注目の言い回し、比較コメントなどを抽出可能です。
これに加えてポジショニングマップの分類軸選定の手順、ノウハウを加えたのが『ポジションマッパー』サービスです。
ポジショニングマップと、その上に描いた結論、すなわち、競争戦略上、占めたい位置が決まれば、分類軸上の値を参照し、集約や品揃えのための個々の戦術が自ずと導かれます：

メタデータ株式会社について
メタデータ株式会社は、2005 年12
月にメタデータ活用技術、セマンティック技術の応用ソフトウェア会社として設立。『人々を単純事務労働から解放し知的でクリエイティブな仕事にシフトするのを支援』することをめざし、

適合型自然言語解析エンジン『メタパーザ』を駆使した意味解析技術に磨きをかけてまいりました。高精度テキストマイニング、5W1H
自動抽出による情報連携や匿名化、風評発見・監視ソリューション、Web
対話ロボットなど、SaaS、クラウド向けアプリケーションを開発。これにより、顧客企業様の戦略的事業展開、そしてそのためのソーシャル活用推進、CRM
局面での情報セーフティネットの構築を行っています。

本件に関するお問い合わせ先
メタデータ株式会社
担当：野村 news@metadata.co.jp
TEL: 03-3813-5447
FAX: 03-3813-5447 http://www.metadata.co.jp

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com