



プレスリリース

2013年2月7日

飲食店の配信情報で、ユーザーを動かすには具体性が鍵。
株式会社ブログウォッチャーがスマートフォン向けの情報配信に関する
ユーザー動向調査結果を発表

リクルートグループの株式会社ブログウォッチャー（本社：東京都港区 代表取締役 浅野 健）（<http://www.blogwatcher.co.jp/>）は提供する、スマートフォン向け通知型・情報配信ソリューション『Profile Passport（<http://www.profilepassport.jp/>）』を用いた情報配信に関する調査結果を発表いたしました。

■ 「特典」「予算」の情報が反応率向上のカギ

近年、ユーザーが受け取る情報は日々膨大になっています。そんななか、企業にとって“効率的かつ確実に”ユーザーの手元に情報を届けることは重要課題です。

そこで今回、株式会社ブログウォッチャーが情報エージェントアプリ「wityou(ういじゅ)」を通じて、飲食店情報の情報配信に関する調査を実施しました（2012年5月7日～9月30日）。その結果、情報のタイトルに「特典」や「予算」を記述したほうがユーザーのクリック率が向上することが明らかになりました。

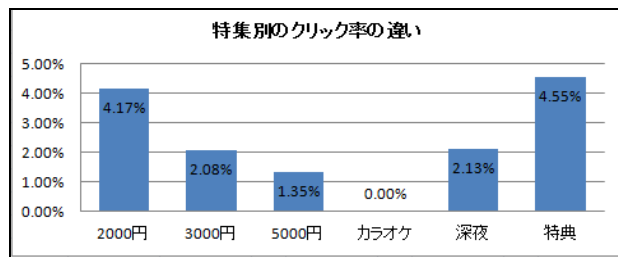
【情報配信の画面イメージ】



▲PUSH型通知による情報配信のイメージ画面の例です。

予算、エリア、目立たせる文言を変えることでユーザーの反応は変わります。



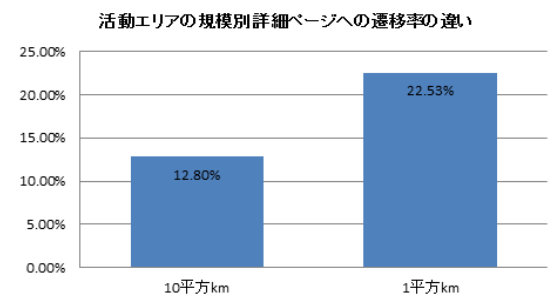


▲一番クリック率が高かったのは、情報タイトルに「特典」を入れたときということが分かりました。また 2000 円と予算の情報が入っている場合に、クリック率がアップするという結果が出ました。

■ユーザーの活動エリアの情報に絞り込んだ方が、反応率は上がる

ある店舗からの距離が (1) 1 平方キロメートルが活動エリアのユーザーと (2) 10 平方キロメートルが活動エリアのユーザーと情報配信のクリック率を比較しました。

その場合、活動エリアを絞り込んで情報配信をしたほうが、約 10% も高くなることも判明しました。例えば、ユーザーの活動エリアが表参道の場合、活動エリアより広範囲の情報（例えば渋谷エリア）を配信するとクリック率は低下します。しかし、表参道エリア限定の情報を配信したところ、以下の図の通り、クリック率はアップしました。



■情報タイトルはシンプルな方がクリック率向上に寄与する

情報配信の文章量に関する調査で、クリック率が一番高かったのは情報タイトルのみを送った場合、3.2%でした。一方、説明文が長くなるほど（30 文字の場合）1.4%と、クリック率が下がる傾向がみられました。この結果から、情報タイトルがシンプルな方が説明文が長いものよりクリック率が高まるということが判明しました。

■関連リンク

リクルートライフスタイル (<http://www.recruit-lifestyle.co.jp/>)

ブログウォッチャー (<http://www.blogwatcher.co.jp/>) Profile Passport (<http://www.profilepassport.jp/>)

このプレスリリースと『Profile Passport』に関するお問い合わせ

株式会社ブログウォッチャー 事業開発グループ 窓口担当 竹島／並松／羽野

Tel : 03-6705-9210 / Fax : 03-5777-6120 adg@blogwatcher.co.jp

