

2022年4月21日

**ファンの声を活用し、ECサイト売り上げを拡大するサービス
「ウルバ (User Linked Value Activation) 」を提供開始
—企業の売り場にUGCを活用し、新しい顧客体験を生み出すマーケティングを実現—**

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：樽谷 典洋、以下「電通」）は、株式会社電通プロモーションプラス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長執行役員：湯川 昌明、以下「電通プロモーションプラス」）、データアーティスト株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本 覚、以下「データアーティスト」）と共同で、ブランドのファンが創り出すUGC（User Generated Contentsの略称、企業ではなく一般生活者が作成したコンテンツ）を活用して、ECサイトなどでの売り上げの拡大に寄与するサービス「ウルバ（User Linked Value Activation・商標出願中）」を開発し、本日から提供を開始しました。電通とデータアーティストが開発した独自のコミュニティ創造ソリューションと、電通プロモーションプラスがもつUGC創出と広告活用の知見を掛け合わせることで、企業の売り場へのUGC活用を活性化させ、新しい顧客体験（CX）※を生み出すマーケティングを実現します。

<ULVAロゴ>

ULVA

ウルバ

昨今、デジタル化の加速により、SNSにおける投稿やレビュー、スタッフのオススメといったユーザー発信のコンテンツを起点とした購買行動が増えています。企業からの一方通行ではない、生の声や体験といったユーザー発信のコンテンツは、ユーザーが信頼してブランドを選択する理由となっています。そのため、商品・サービスへの関心や共感を、好意的に形成できるUGCの創出や広告・販促への活用は、売り上げ拡大につながるマーケティング手法として役立つと考えられています。

今回開発したウルバでは、UGC創出から選別、そして広告利用に至るまで、コンタクトポイントや自社ECサイト内外に設置されたコミュニティページを通して、オンライン・オフラインを問わず、スタッフ／店舗と連動したUGCの中長期活用を実現できるようにしました。また、自社コンテンツとしてUGCを蓄積することで、ファンやスタッフのUGCが売り上げにどの程度寄与したかの可視化も可能です。

<ウルバの仕組み>



電通は、データアーティストの強みであるAIを活用したUGC集計データを基に「コミュニティページ」を提供し、ユーザーとの関係性の構築を支援することで、顧客企業ECサイトを中心とした売り上げの最大化に貢献します。電通プロモーションプラスは「UGC創出のためのキャンペーン」「UGCの選別・利用許諾の取得」「広告販促物へのUGC活用」などのソリューションを提供します。ユーザーデータを個人が特定されない形で蓄積することにより、「ユーザーランク機能」や「スタッフ評価」などIDを利用した高度なマーケティングが可能になるため、投稿キャンペーンの実施や次の施策へのPDCAなど、ブランドのファンとのエンゲージメントを高める基盤としても活用することができます。（特許申請中）

今後、電通、電通プロモーションプラス、データアーティストは、売り場の改善とともに「UGC」起点でつながったブランドユーザーデータを活用したソリューションをワンストップで提供し、CRM（Customer Relationship Management）領域においても、顧客企業の事業成長・売り上げ拡大に貢献していきます。

<サービス全体像>

FLOW UGC活用の流れ



※CX (Customer Experience Transformation) : 最適な顧客体験をデザインし実現すること。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報オフィス 広報部
松島、陳、王
Email : koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 データマーケティングセンター
宮前、関、原
Email : ulva@dentsu.co.jp