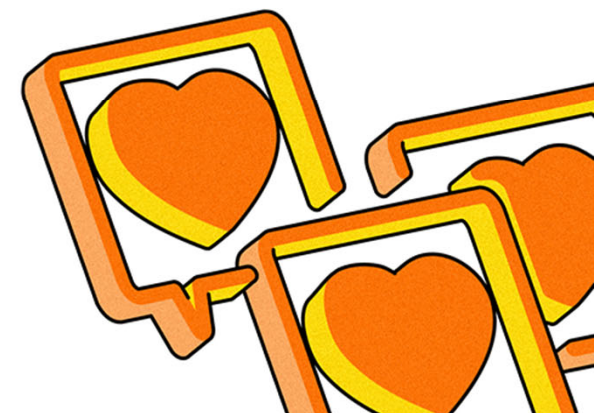
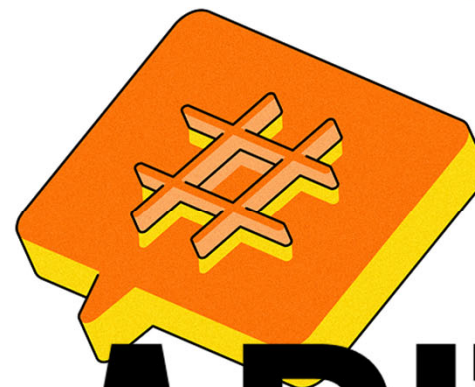
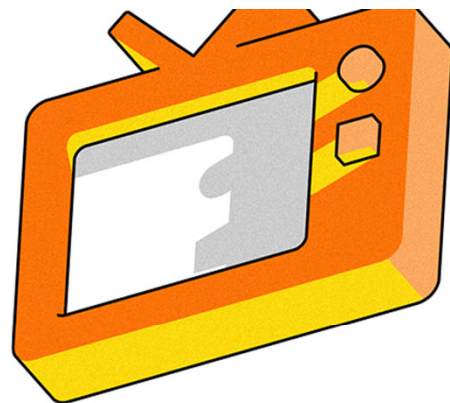


POPULARITY



Scope of Solutions™

#08

話題化

こんな悩みや課題をお持ちではないですか？

Do you have any of these concerns or issues?

SNSなどで
**10代～20代に
話題化させる方法**
が知りたい

限られた予算で
**最大限に
認知を上げる**
施策を知りたい

リリースを配信したり
メディアに取り上げられている割には
**事業としての
成果が見えてこない**

**どんなことをすれば
世の中の話題**
になるのだろう??

SNSで話題になったこともあったが
**本来伝えたいメッセージや
ブランドへの理解が
伴わなかった**

広告やPR、販促施策等の違いが
今一つわからず手が付けられないが
**どこに相談したらいいか
わからない**

当社の取り組み姿勢

Our Approach and Commitment

「話題化したい」ーこの言葉に託された本当の目的や意図、ニーズは実に様々です。

ただ、集約すると「デジタル/SNSなどのあらゆるメディアを駆使し、瞬発力をもって効率的に人々の口の端に上らせる方法はないのか？」ということのように思われます。そんなお客様のご要望にお応えするために必要なことは、生活者発信のリアルなムーブメント(生活者が興味を持ち、話したくなり、行動したくなったりする)を起こすための確かな戦略に基づく設計図を描くこと。

そこにはお客様が本来訴求するべき製品/ブランドのFACTが明確に伝搬されているかどうか、が何より重要です。

私たち東急エージェンシーは、一過性で終わることのない、事業成長を伴う話題化のための設計図と、それを実現するための環境整備を重視します。

生活者×情報接点×コミュニケーションで 情報拡散への最適解をご提案します

日々様々な形で情報に触れ、取捨選択し、反応している生活者。
その口の端に上らせるためには、生活者の意識や行動に即した情報回路を設計し、アプローチすることが求められます。
「生活者起点」とはいえ、ただ生活者があげる声を拾うだけではない、
単に広告やコンテンツを制作/配信するだけでもない情報の仕掛け方。
私たちは、生活空間におけるあらゆるメディア、情報接点にプロモーションやPR等の手法を掛け合わせて情報拡散力高い“火種”を創造し、
費用対効果の高い話題化施策を実現します。

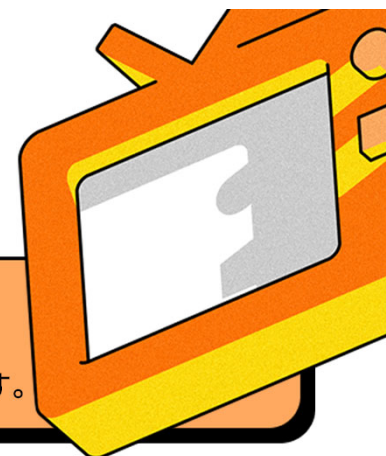
東急グループの一員ならではの 各種インサイトを捉えた戦略で 統合的な文脈/仕掛けづくりにこだわります

話題化のためには、生活者インサイトだけでなく、メディアやソーシャルといった情報接点側のインサイトをも踏まえた統合的な戦略設計が必要です。
流通や各種生活サービス、不動産など、生活者との様々な接点で事業を展開する東急グループの一員であればこそ、生活者の“リアル”を背景に、
広告会社として有する多様なインサイトを捉えつつ、
生活者に求められ受け入れられる、且つ、FACTを伴う確かなブランド訴求をもって話題化を実現し、お客様の事業成長に貢献します。

基本ステップ

Basic Steps

「話題化」のための施策は、1つの施策や固定のフレームワークによるものではありません。
お客様のお悩みやお望みの本質を正確に把握し、最善のご提案を行うために事前の課題抽出/整理を重視します。
そのうえで、有効かつ最適な話題化施策のために、必要な専門スタッフ（社内外問わず）をアサインし、アウトプットを見据えた戦略設計を行います。



ヒヤリング 課題抽出/整理

お悩みや話題化で実現したいことの
詳細をお伺いし、本質的な課題を抽出/整理
したうえで、有効な取り組みについて
詳細に協議いたします。

戦略策定 具体施策ご提案

ご提案に必要なかつ最適な専門スタッフを
社内外からアサインし、プロジェクトチームを組成。
生活者情報や各種情報接点からのインサイトをもとに、
ご要望に沿った「話題化」のための戦略、
及び具体施策をご提案します。

施策展開

各種メディアの窓口としてだけでなく、
リリース対応や取材コントロール等について
も、プロジェクトチーム内専任のスタッフが
ご対応します。

効果検証 PDCA

事前のお打合せをもとに、
各種成果や効果検証に係るレポートは
ご要望に応じた形式にてご提出。
また、ご希望により、
継続施策等のご提案もいたします。

※課題やテーマによっては、当該分野に特化して強みを有するPR会社やデジタル専門などの外部協力会社とも連携を図ります。
そうした外部ネットワークとの協働体制/運用ができることも当社の強みです。

活用するツール/メソッド

Tools/Methods to Utilize

CITY STORM™

都市型体験施策を火種(発火点)に、施策に共感する生活者のリアルな反応を映像コンテンツとして生成し、計画的にメディアに拡散させることで必要最低限のリーチを確保する広告手法であり、生活者による自発的情報拡散に賭ける不確実性を排して、戦略的に話題化への閾値を超えるためのコミュニケーションのあり方です。

話題化への“火種”となる都市型体験施策に決まったルールや制約はなく、街や交通、店頭、WEB/仮想空間上でのイベントやキャンペーンなど、あらゆるアイデアが火種となり得ます。私たちは、渋谷の街や交通、流通等のグループ資産を背景に、情報拡散力高く、クリエイティビティある“火種”を創造し、都度お客様の商品やサービスに最も適したコミュニケーションを企画・実行します。



※生活者自発の情報拡散に賭けて成功した事例もありますが、<リーチ予測ができない/メッセージコントロールができない/ターゲティングが困難>といった懸念があることも事実です。

CITYSTORMでは、パイドメディアを話題化へのフックとして計画的に活用することで、不確実性を排し、話題化のための基礎リーチを確保するとともに正しいブランド訴求とターゲットを軸とした広い認知/共感による社会的承認や時流感を伴う確かな話題化を実現します。

当社の特長/強み

Our Features/Strengths

	東急エージェンシー	PR企業	コンサルティング企業	デジタルメディアエージェンシー
戦略性	◎	△	◎	△
企画柔軟性	◎	○	△	△
効果検証と改善策提案	◎	○	×	△
	お客様からの様々なニーズに対応してきた実績を背景に、本質的課題解決を軸とした戦略設計が可能。 課題解決のためには、社内外の柔軟な連携/協働体制で機動力ある企画を立案/実践するとともに生活者を取り巻く全方位的な情報接点の設計/活用ができるのも強み。	メディアを中心とした瞬発的な露出は得意だが、総合/統合的な戦略設計は範疇外としがち。 また、会社によって取扱うジャンルやメディアに得手不得手があり、案件によっては一元的に依頼できないケースも。	戦略性は高いが、フレームワーク等が定型化されている場合が多く、企画開発や柔軟性は期待できないとの声も。 また、総じてメディアとの関係値は弱く、バイイングは出来ないなど依頼領域が限定的。	WEB上での露出の最大化や情報拡散については専門性が高い一方、それ以外の情報接点、マスメディアやリアルメディア、店頭に関する知見やノウハウは少なく、総合的な戦略設計は望めない。