

NEWS RELEASE

動画投稿プロモーション活性化ウィジェット
WebAPIを活用した情報収集型コミュニケーション活性化ウィジェット
～NTTアド:ウィジェットを活用したモバイルプロモーションモデルを開発～

株式会社エヌ・ティ・ティ・アド(以下「NTTアド」 東京都品川区、代表取締役社長:中山哲夫)は、携帯電話のウィジェットに着目し、「ケータイ動画投稿」・「ユーザー情報接触」の2つのプロモーションモデルを開発いたしました。

ウィジェットとは、一般的にデスクトップ上などで動作する簡単なプログラムの総称です。携帯電話では、待受け画面や専用画面に常駐して動作するミニアプリケーションとして定義され、PUSH 型で自然な情報配信が可能で、ユーザーからの能動的な情報取得を求めずに済むという特徴があります。

NTTアドでは、携帯電話端末の高機能化、パケット定額プラン加入ユーザーの増加、ユーザー参加型メディア(CGM)の急成長といった環境変化を受け、企業と消費者のコミュニケーションにおいて携帯電話の果たす役割は、なお一層拡大するものと考えます。ウィジェットの活用は、消費者と企業との心地よいコミュニケーションを実現し、企業の効果的なモバイルプロモーションに貢献するものと期待しております。

<ウィジェット概要>

I キャンペーンサイトへの継続的なアクセスを促進する『動画投稿プロモーション活性化ウィジェット』

これまでの動画投稿キャンペーンでは、一度投稿したユーザーの継続的なサイトアクセスが課題とされてきました。

この『動画投稿プロモーション活性化ウィジェット』は、ユーザーの能動的なキャンペーンサイトへのアクセスがなくても、継続的なコミュニケーションを可能とします。

自分の投稿した動画が何回視聴され、現在、それが全体の何位くらいにあるのか、あるいは、他のユーザーがどのような動画を投稿しているのかといった情報や、企業からの最新プロモーション情報などを、ユーザーが、都度キャンペーンサイトに能動的にアクセスしなくても簡単に把握できるウィジェットです。

ウィジェットを利用した PUSH 型の情報配信を行うことで、ユーザーの興味を継続的に喚起してキャンペーンへの参加意識を維持、プロモーション効果を高めることを目指します。

II ユーザーに情報入手の喜びを、企業にターゲットアプローチ拡大を提供する『WebAPIを活用した情報収集型コミュニケーション活性化ウィジェット』

情報過多の時代、ユーザーが情報にめぐり合うためには工夫も必要となってきました。また、企業がユーザーに情報提供するにも目に見えない壁があるかのようです。

この『WebAPIを活用した情報収集型コミュニケーション活性化ウィジェット』は、情報感度・情報活用能力の高いユーザーに発生しがちな、特定領域の情報のみ取得(情報の偏食)によるコミュニケーション領域の狭まりを解消するとともに、企業とユーザーとの新たなコミュニケーションの構築を目指すためのウィジェットです。

WebAPI を活用し、魅力的でかつ質の高いコンテンツを低コストで収集し、個人の興味のある情報に絞って配信するウィジェットと、世の中の多数派が興味を示した情報を配信するウィジェットを同時表示することで、ユーザーにとってはコミュニケーション領域を拡大することができ、また、企業にとっては情報発信先を拡大しプロモーション効果を高めることが期待できます。

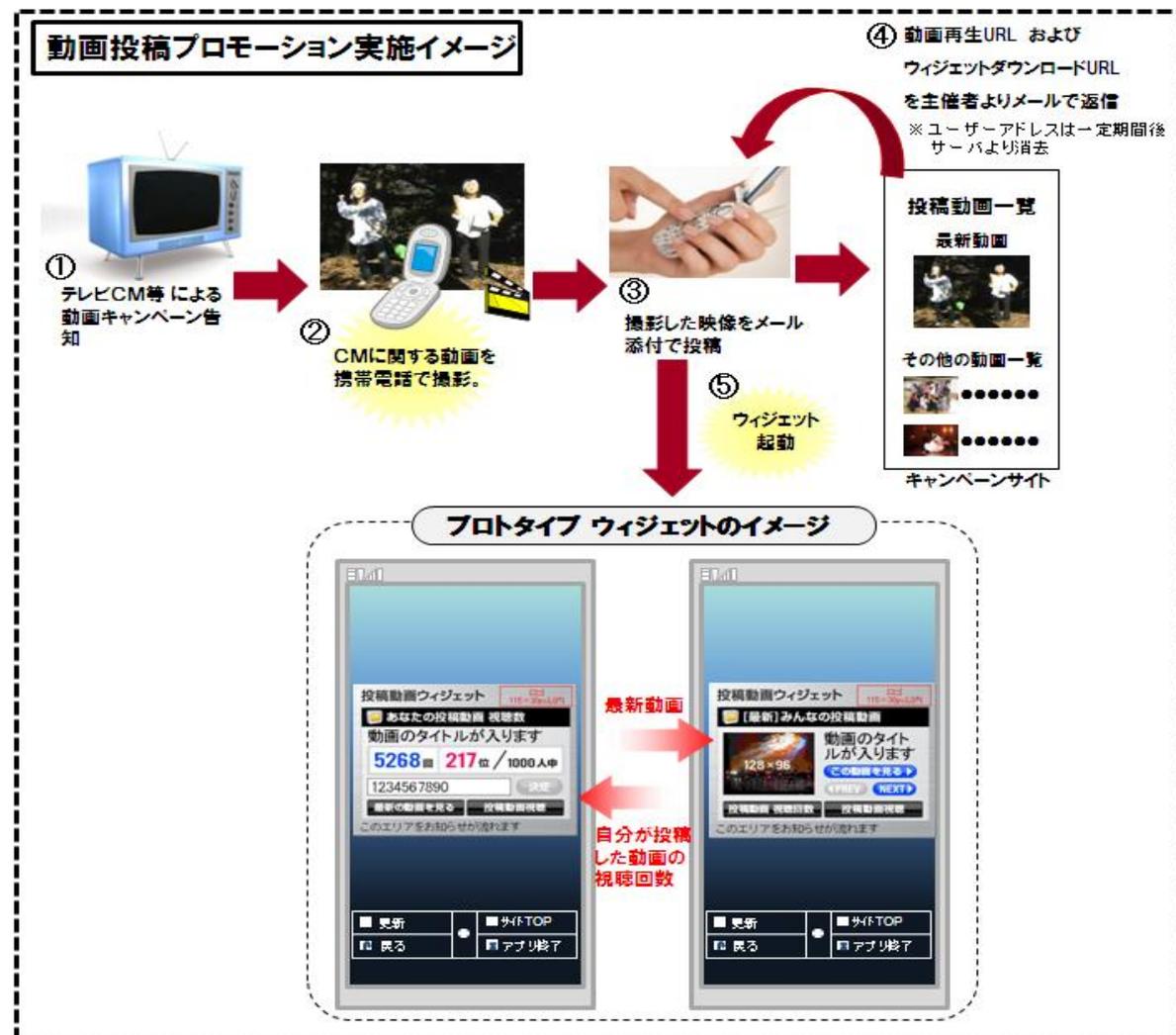
NTTアドでは、今回のプロモーションモデルをベースに各企業の広告宣伝ニーズに応じてカスタマイズ化し、ウィジェットを活用した新しいモバイルプロモーション活動を支援するなど、これからも、現在進行形の通信テクノロジーの進化が、社会・文化・消費に与える影響について様々な視点で調査研究を続け、広告プロモーションの新しいカタチを実現していくことを目指します。

<問合せ先>

(株)NTTアド インタラクティブコミュニケーション局 (飯塚・福嶋) TEL 03-5745-6850 FAX 03-5745-7660

<ウィジェット活用フレーム>

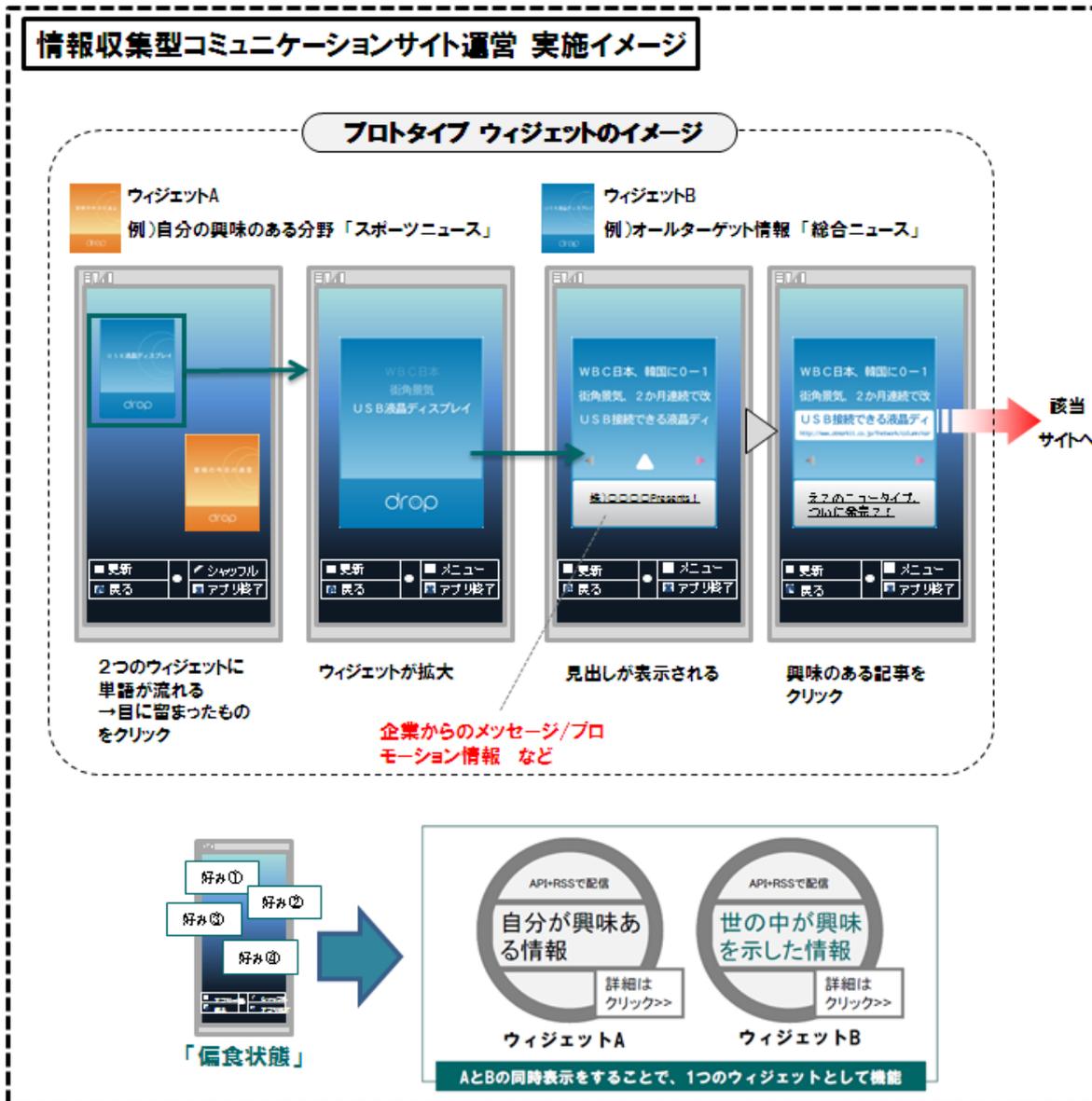
■「動画投稿プロモーション活性化ウィジェット」の概要



《ウィジェット利用メリット》

- 動画投稿し、一度ウィジェットをダウンロードしてもらうことで、以後、キャンペーンサイトに能動的なアクセスを求めずに、ユーザーとの継続的なコミュニケーションを実現
- ウィジェットを利用し、自然な情報発信を可能とする PUSH 型の情報配信を行うことで、ユーザーの興味を継続的に喚起してキャンペーンへの参加意識を維持、プロモーション効果を高めることが可能

■『WebAPIを活用した情報収集型コミュニケーション活性化ウィジェット』の概要



《ウィジェット利用メリット》

- 2つの情報ウィジェットを同時表示して情報の偏食によるコミュニケーション領域の狭まりを解消することで、企業は広い情報発信先を確保し、プロモーション効果を向上
- 情報ソースは各種 WebAPI を活用し、魅力的でかつ質の高いコンテンツを比較的低コストで収集可能

以上