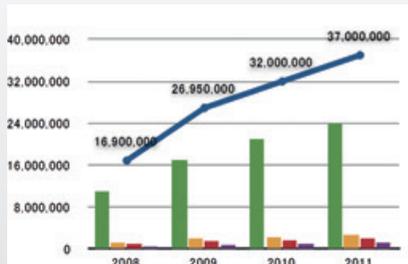


pressarmy™は、Potentiate Japanが販売代行している  
ソーシャルメディアモニタリング・ソフトウェアです。

## Blogs

国内総ブログ **32,000,000**件

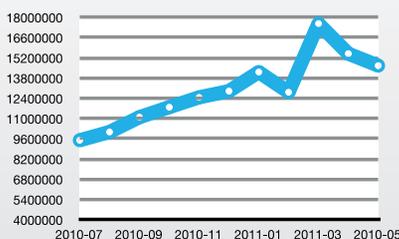


日本でもすっかり定着したブログサービスは、ソーシャルメディアの旧代表格。アメブロを筆頭とする上位4サービスで、約8割を獲得するほどに上位によるシェアの肥大化が進んでいます。

圧倒的な投稿数を誇るだけでなく、検索にもヒットしやすいため、他のサービスが登場した現在でも大きな影響力があります。

## twitter

国内ユーザー数 **14,670,000**人

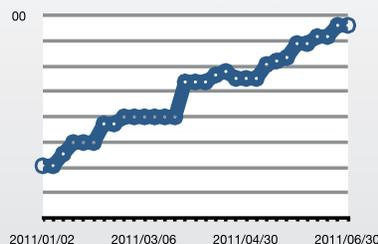


2006年に登場後、着々とユーザー数を伸ばし続けたTwitterは、昨年年初頭に日本でブレイク。今や誰もが知っているメディアに急成長し、「mixi」と肩を並べ、爆発的にユーザーが増加した。

企業やブランドも多く参入しているのに加え、震災後確実なコミュニケーション手段及び情報収集手段として、爆発的にユーザーが増加した。

## facebook

国内ユーザー数 **3,859,000**人



総ユーザー数7億人(2011.6.30現在)を超えた世界最大のソーシャルメディアです。日本でも成長を続け、ユーザー数は385万人に達しており、今後最も注目されるメディアです。

先日日本でも公開された映画「ソーシャル・ネットワーク」のヒットとともに、今後ますますユーザー数が増えていくことが予想されます。

## 日本におけるソーシャルメディアのユーザー数は増加し続けています。

ブログ、Twitter、Facebook、生活の中にさまざまに溶け込んできたソーシャルメディア。今や私たちがその存在を無視できないほどに成長しました。影響力の高いこのメディアに対して、あなたは何をすべきですか？

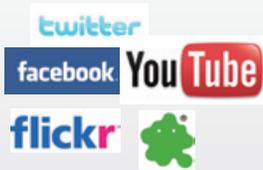
プレスアーマーは、ツイッター、FaceBookをはじめとして、日本の主要なブログ\*1、さらにはYouTubeやFlickrにまで対応。あなたの身の回りを取り巻くソーシャルメディアのほとんどをカバーしています。これだけのソーシャルメディアをモニタリングできるツールは、プレスアーマー以外にありません。



\*1アメブロ、Yahoo!ブログを始めとし、日本のブログ総投稿数のうち合計で90%以上を獲得している20社以上のサービスをカバー。(皆声、JP調べ)

pressarmy™は、Potentiate Japanが販売代行している  
ソーシャルメディアモニタリング・ソフトウェアです。

## ソーシャルメディアのほとんどをカバー



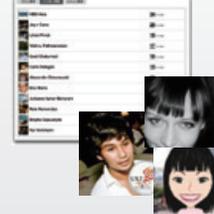
プレスアーマーは、  
ツイッター、  
Facebookをはじめ  
として、日本の主要  
なブログ、さらには  
YoutubeやFlickrにま  
で対応しています。

## 日本語に特化したサービス



日本語に特化して作  
られたエンジンと柔  
軟な設定機能で、さ  
まざまに変化する日  
本語に的確に対応で  
きます。

## インフルエンサーを特定可能



プレスアーマーの分  
析能力を使って、ソ  
ーシャルメディア内  
で影響力の高いイン  
フルエンサーを発見  
することが可能です。

## ラベリングによる分析機能



自由に設定できるラ  
ベリングを使って、  
収集した投稿を分  
類／分析することが  
できます。

## 多彩なアナライズ機能



投稿数の推移、感情  
の比較分析といった  
分析だけでなく、投  
稿地域、年齢や性別  
といったユーザーの  
プロフィールまで分  
析することができます。

## 専門家による詳細なレポート(※オプション)

収集されたデータを、プロフェッショナルのアナリス  
トが分析し、あなたのために詳細なレポートを作成  
します。

**ソーシャルメディアには、あなたを  
助けるさまざまな機能があります。**

ソーシャルメディアモニタリングには、たくさんの類似サービスがあります。しかし、プレスアーマーを使えば驚くような快適でかつ高い精度でモニタリングをすることができます

**プレスアーマーを活用するシーンは  
さまざまに。**

**キャンペーンの効果測定からクライシスマネージメントまで。**あなたの活用シーンによって、プレスアーマーの可能性は無限大に広がります。ソーシャルメディアをあなたの味方につけるのです。

### 商品／サービスの評判把握

新発売した商品の評判を知りたい発売中の商品の改善点を知り、売り上げ増加に繋がりたい

### コンペティターとの比較

競合ブランドの評判を知りたい  
自社もしくは他社の優位性を客観的に  
掴みたい

### Issueの発見／追跡

特定のターゲットに共通する話題を掴  
みたい具体的な購買層／潜在購買層を  
把握したい

### ニーズの把握

商品開発のキーワードとなるものを  
探したい新たな購買層を発掘したい

### 危機管理

自社のことについて、風評が立っていないか確認した風評被害の発生時にいち早く対処できるよう常時監視したい

### キャンペーンの効果測定

キャンペーンがどのくらい話題化しているのか知りたいイベントで起用した芸能人の効果を把握したい

### インフルエンサーの発見

界に対して影響力のあるユーザーを発見し、バイラルマーケティングに役立てたい