

共感度を分析し一体感のある組織やファンづくりを支援

共感モニタリングサービス

従業員や消費者に向けて発信したメッセージに対する共感度を可視化し、改善施策を提案するサービスです。

メッセージの浸透を促進し、一体感のある組織の構築・維持をサポートします。また、消費者からの信頼や愛着を獲得し、ブランド力の向上を支援します。

共感度合い可視化サービス



- メッセージへの反応を収集
- 共感度を分析し、可視化

文書やプレゼンテーションで発信したメッセージに対する反応を収集して分析。組織・職位などの属性ごとに共感度を可視化します。

改善施策
コンサルティングサービス

- 詳細に分析し、原因を推定
- 改善施策を提案

一橋大学大学院阿久津研究室と日立が共同開発した手法により、メッセージの浸透を阻害している原因を推定。本質的な改善施策を提案します。

目的を共有した一体感のある組織づくりや消費者からの信頼・愛着を獲得してブランド力の向上を支援

サービスの特長



メッセージの浸透度合いを具体的に可視化

受け手が、メッセージの「どこ」に対して「どのように」感じているのかを具体的に可視化できます。



構造化することで具体的な施策の考案が可能

専門のコンサルタントがメッセージの浸透を阻害している原因や背景を構造的に分析することで、より本質的な改善策を提案します。



さまざまなメッセージ形態に対し、共感度を可視化

文書のほか、オンラインのプレゼンテーションや動画など、さまざまなメッセージ形態に対する共感度を可視化できます。



サーベイへの回答行為そのものが、メッセージの浸透を促進

本サービスのサーベイは受け手がメッセージを読み、浮かんだ感情を回答する仕組みのため、回答行為そのものがメッセージの浸透を促進します。

導入までの期間を短縮

STEP 1/2

1 期間短縮 2

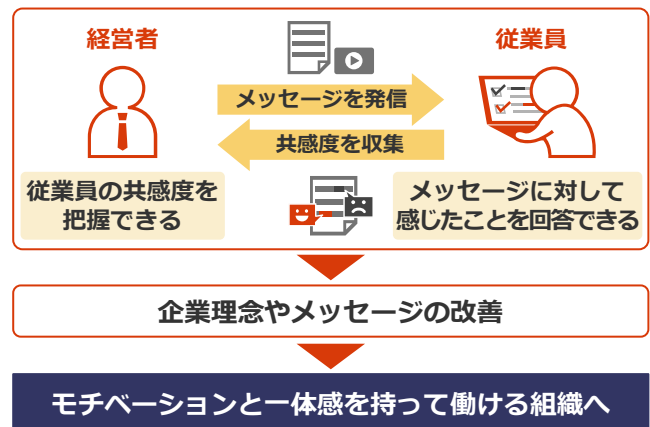
共感度を確認したいメッセージそのものに対して感情を入力できる仕組みのため、質問項目作成などの設計を行わなくても、すぐにサーベイを始められます。

理念やメッセージへの共感による一体感のある強い組織づくり

従業員へのメッセージに対する共感度合いを可視化し、より共感を生む内容に改善していくことが可能です。

これにより、従業員がビジョンに共感し、モチベーションと一体感を持って働ける組織づくりを支援します。

また、従業員に定着している価値観を可視化し、その組織らしさを伝える表現を把握することで、企業理念を明文化することにも役立ちます。

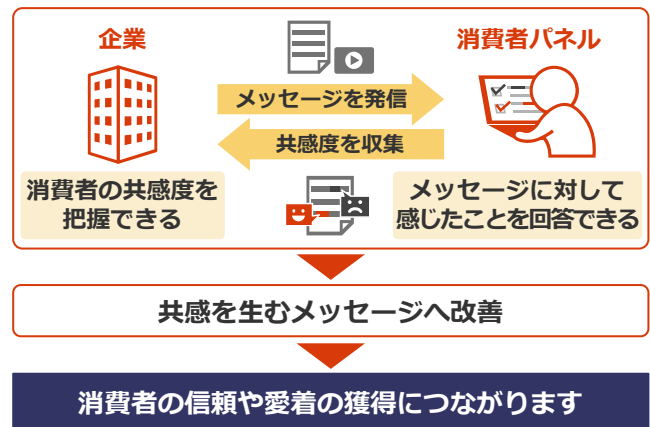


企業や商品に対する消費者の信頼や愛着を獲得

消費者パネル調査に本サービスを活用することで、企業から消費者へ発信したメッセージに対する共感度や、発信したメッセージのどこに対して、どのように感じたかなどを、具体的に可視化できます。

これをもとに改善をはかることで、共感を生むメッセージ発信や、消費者の信頼や愛着の獲得につながります。

(本サービスは、消費者パネル調査を行うものではありません)



オンラインでも双方向性のあるコミュニケーションを実現

オンラインでのセミナーやプレゼンテーションでは、聴講者の反応が見えづらく、一方的な発信になりがちです。

本サービスを活用することで、聴講者がリアルタイムで気軽に反応をフィードバックすることができ、発表者や聴講者は周囲の反応を把握することが可能になります。

これにより、双方向のコミュニケーションが成立し、満足度の高いセミナーやプレゼンテーションの実現につながります。



●サービスの仕様は、改良のため予告なく変更することがあります。

お問い合わせは下記へ

■日立エンタープライズ アプリケーションサービス情報サイト
<https://www.hitachi.co.jp/appsvdiv/>

