

シニアSNSにおけるユーザークラスティングの活用

富士通コネクテッドテクノロジーズ株式会社

原田 貴弘

シニアSNSにおけるデータ活用

シニアSNS「らくらくコミュニティ」提供／運営において、会員数／ページビューなどの各種KPIの可視化やレポートでのデータ活用を進めている。
 広告メディアにもなる弊サイトについて、顧客企業サイトへの「送客数」を上げるような施策に落とし込めるデータ活用が求められている。

ユーザークラスティングによる施策立案

送客数 = 広告を目にする回数 × クリック率

この2要素を高める施策を考える。
 打てる施策には限りがあるため、ユーザーを理解した上で適切な施策を打つ必要がある。
 各種データを元にユーザーをいくつかのクラスタに分解し、ユーザー理解を助け、各クラスタに合った施策を立案する。

取り組みの概要

「目にする回数」を上げるには…

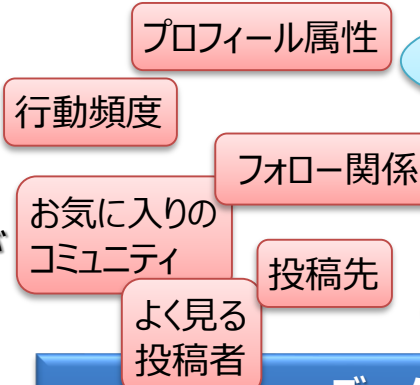
- X : 広告の表示頻度を上げる
- : 気に入ってもらい、訪問回数／滞在時間を伸ばす

「クリック率」を上げるには…

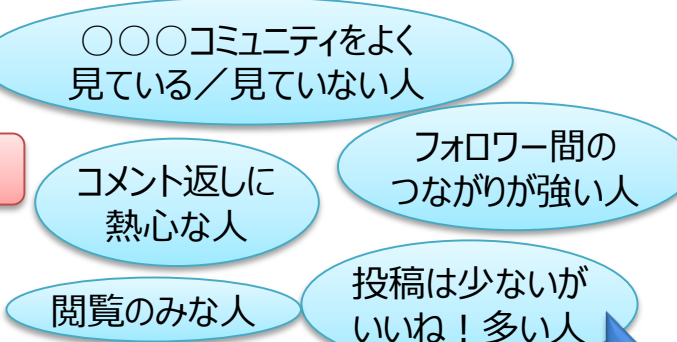
- X : 全員に同じ広告を出す
- : 興味を持ってくれる人に興味がある内容の広告を出す

誰にどういうアプローチを取ればいいの ???

説明変数



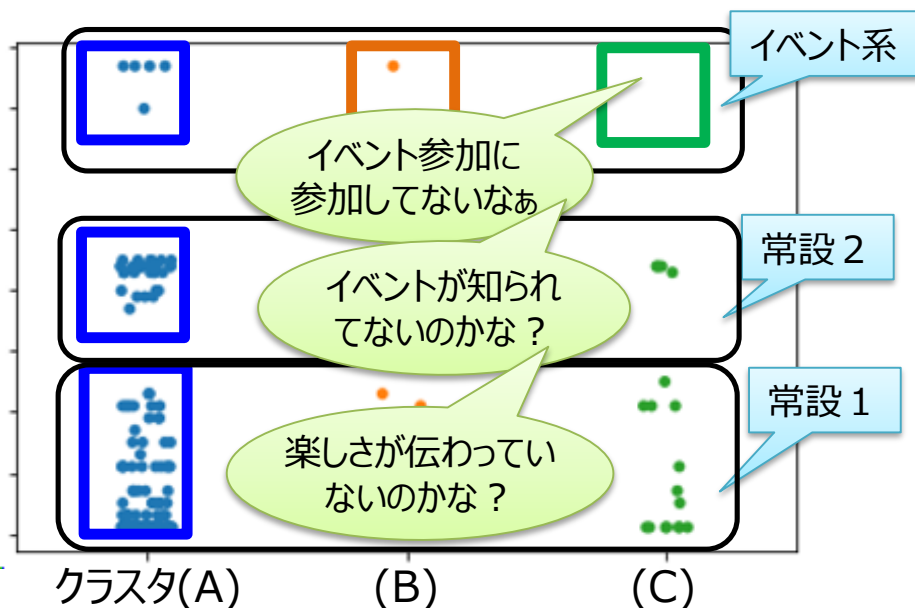
クラスタ



データからユーザーを理解

施策を考える

抽出したクラスタの例



投稿先のコミュニティによるクラスティング (k-means)

クラスタへのアプローチ例

(C) 「常設 1、2 に偏り、イベント不参加」な人たち

- 開催中のイベントを紹介、魅力をアピール
- イベントの人気記事をレコメンド

施策がハマれば訪問回数／滞在時間UP

今後の取り組み

- 「各クラスタの抽出人数 × 施策効果(の予測)」から送客数への貢献度を見積り、施策の優先度決め
- 興味／関心毎の分析精度を向上
 - 「投稿記事文字列」を自然言語処理
 - 「投稿画像」を画像解析