

2015年6月30日

企業 Facebook ページへの生活者リアクションを拡大するコンテンツプランニングツール「D-SCOOP（ディー・スcoop）」の提供開始

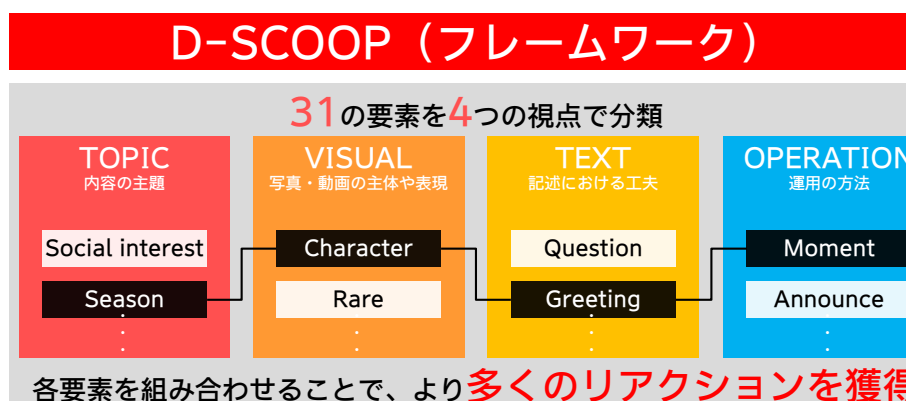
株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、企業 Facebook ページに対する生活者リアクションを拡大するコンテンツプランニングツール「D-SCOOP」（ディー・スcoop：Dentsu Social Contents Optimizer）を活用したサービスの提供を本日から開始します。

D-SCOOP の開発に当たり、当社は 10 業種から Facebook ページのファン数が多い 30 企業を選択して 1 年間にわたる全投稿（14,517）を分析しました。その結果、生活者によるリアクションが大きかった上位 1,200 投稿（全体の約 8.3%）は、全体平均に比べ約 3.5 倍もの反応を得ていました。

また、これらリアクションの大きい投稿からは、Season（季節ネタ）や Greeting（ファンへの挨拶等）といったキーワードで代表される 31 個の要素が浮上し、生活者のリアクションにはその 31 要素が絡み合いながら影響を与えていることが判明しました。

D-SCOOP では、これらの要素と Facebook 運用における当社独自の知見・ノウハウを掛け合わせることで、生活者に反響を呼び起こす投稿を 4 つの視点で生み出す手法を取り入れています。4 つの視点とは、①投稿内容の主題（TOPIC）、②投稿写真・動画の主体および表現（VISUAL）、③投稿の記述における工夫点（TEXT）、および④運用の方法（OPERATION）です。

■D-SCOOP の概念図



現状、企業の Facebook ページは運用担当者の経験やセンスに依存する形で運用されるケースが多く、その結果、投稿内容と効果に偏りが生まれるといった問題が指摘されています。また、生活者によるリアクションをどのように把握し、どういう視点で評価するのか、という点も課題とされてきました。

D-SCOOP はこうした課題に対するソリューションを提供するツールであり、4 つの視点と 31 個の要素の組み合わせにより投稿のベストパターンを示唆するものです。同時に、ファン数とリアクションの多い 10 業種 30 企業による投稿との、バランスやリアクションなどの点で比較照合できるため、評価基準の設定や PDCA の構築に役立ちます。

今後、当社はこの D-SCOOP を活用したコンサルティング・サービスを提供していくとともに、Facebook 以外のソーシャルメディアにおける運用上の評価基準や PDCA の仕組みを開発することで、企業のソーシャルメディア・マーケティングを総合的に支援してまいります。

<活用例>

■コンテンツパフォーマンスの把握

- ・10 業種 30 企業においてリアクションの大きかった 1,200 投稿の要素分布と、コンテンツのパフォーマンス比較ができるため、期待値と実測値を用いた PDCA 運用が可能になります。比較においては、電通が独自に開発した CPi(Contents Performance indicators)を使用します。

■リアクションが高まる投稿の推進

- ・例えば、Season (季節ネタ) の TOPIC (主題) を投稿する場合に、VISUAL (主体や表現) に「Character (自社キャラクター等)」、TEXT に「Greeting (ファンへの挨拶等)」、OPERATION (運用) に「MOMENT (生活者の盛り上がり合わせた情報発信等)」を組み合わせることで、生活者によるリアクションを高めることが可能になります。
- すでに、10 業種 30 企業の 14,517 事例の平均リアクション率と比較し、最大で 6.5 倍のリアクションを獲得している事例が生まれています。

以 上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報部
長澤、湊 TEL : 03-6216-8041

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 iPR 局
八木、坂井、吉田 Email : social-ipr@dentsu.co.jp