

CSSnITE

LAP15

Social Media

2011.5.14

Facebook活用の基本の基本

株式会社メンバーズ

小野寺 翼 (@TSUB)

2011年5月14日 (土)

CSS Nite LP, Disk 15 「ソーシャルメディア特集」

株式会社メンバーズ所属

Webディレクター

自社紹介



“ソーシャルメディア時代をリードする

ネットビジネスパートナー”

- ・ 企業サイト構築、運用、人材派遣
- ・ インターネット広告事業
- ・ Facebookページ開設、運用支援
- ・ ソーシャルメディアマーケティングソリューションの提供

7月11日発売予定

書籍『Facebookページ

プロフェッショナルガイド』

「ソーシャルプラグインの実装方法」

について執筆



※表紙イメージは現在制作中です

最近はトライアスロンにはまっています

facebook 検索 Options ホーム

Tsubのトライアスロンチャレンジ

スポーツ選手 [基本データを編集](#)

Better Facebook! ver. 5.2

Mark All Read Show/Hide All Mute All Reload

Processed: 15 / Hidden: 0 / Filtered: 0 / Tabbed: 0 / Dupes: 0 / Expanded: 0 / Older Posts: 0/0

ウォール [すべてのユーザー · Tsubのトライアスロンチャレンジ](#)

シェア: [近況](#) [写真](#) [リンク](#) [動画](#)

何か書く

Tsubのトライアスロンチャレンジ

110212_ラン(13km)

今日は久しぶりに天気も良かったのでラン練習を。 午後は

<http://www.facebook.com/tsub.triathlon>

本日お伝えしたいこと

- そもそもソーシャルメディアって何？
- 信頼できる友人と情報の存在
- Facebookの実名制ってどういうこと？
- ニュースフィードの最新情報とハイライトの違いは？
- Facebook活用のキーワード
- まとめ

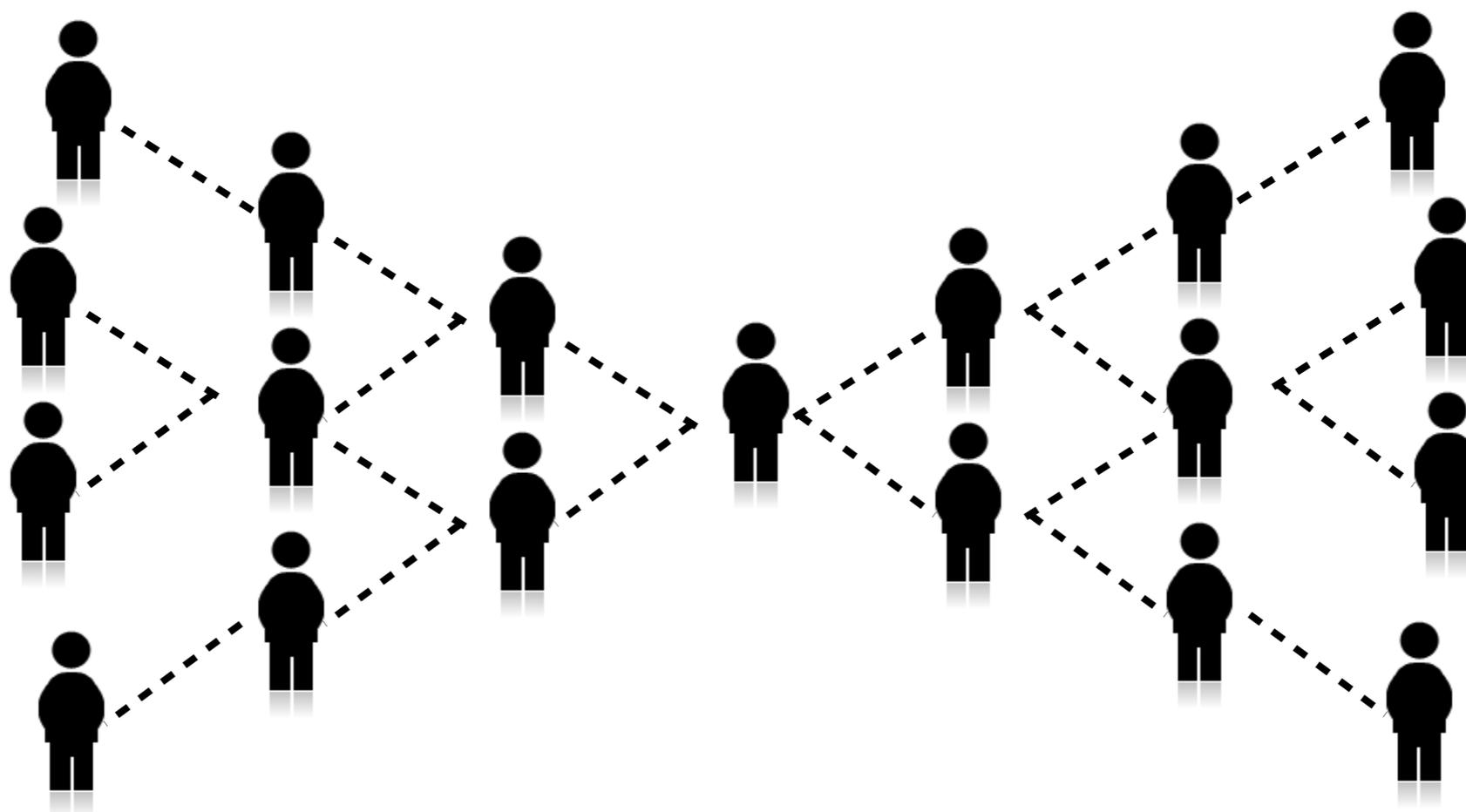
そもそもソーシャルメディアって何？

ソーシャルメディアのベース

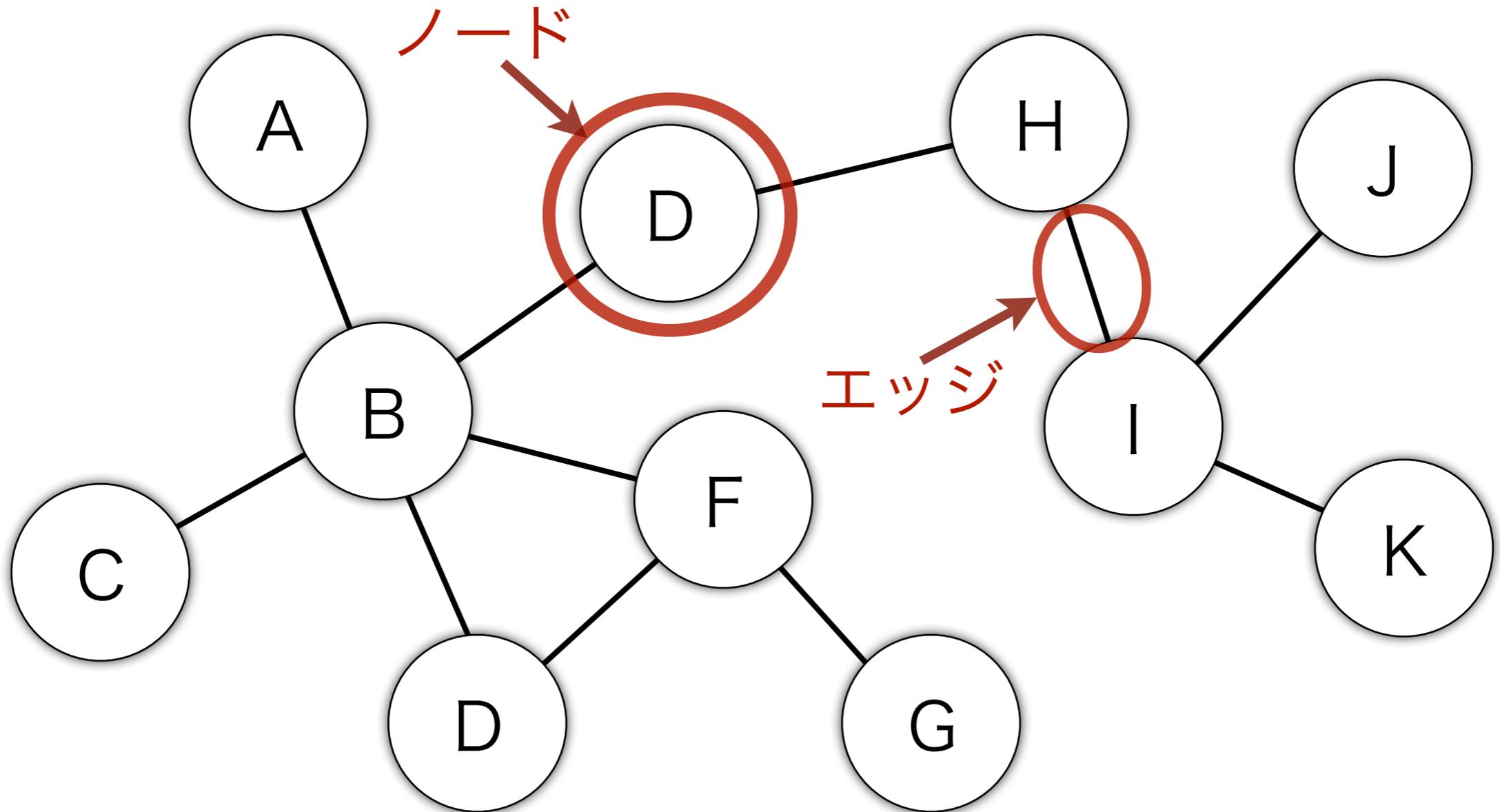
「ソーシャルグラフ」

ソーシャルグラフ

人と人とのつながりを表した関係図のこと



グラフ = ノード(節点) とエッジ(枝) で
結ばれた関係図



ソーシャルメディアの定義

1. ソーシャルグラフがベースにあること
2. ソーシャルグラフの中でのコミュニケーションがコンテンツの中心であること
3. ユーザー、一人一人がページを持ち
誰が情報を発信したのかが明確であること

「ソーシャルグラフ」

＝

「人と人ととのつながり」

信頼できる友人と情報の存在



「MacBookの
マルチタッチトラックパッドって便利だね」



「3本指、4本指も使っている？」

Why (なぜ) こんなアドバイスができるか??

友人からの情報というのは・・・



趣味 嗜好 生きてきた背景

自分自身のコンテクストを
理解したうえでくれる

無償でかつ信頼できる情報

Facebookの実名制ってどういうこと？

名刺交換に例えてみる・・・



小野寺 翼

メールアドレス : onodera@tsublog.com
Blog : <http://www.tsublog.com>
mixi : TSUB(ID:27293)
twitter : TSUB



TSUB

メールアドレス : onodera@tsublog.com
Blog : <http://www.tsublog.com>
mixi : TSUB(ID:27293)
twitter : TSUB

社会人としての・・・

オモテの顔

親しい友達・仲間同士の・・・

ウチの顔

オモテの顔でのコミュニケーションという意味で

mixi 



TSUB



Gmail
by Google



小野寺翼

tsub.onodera@gmail.com

ニュースフィードの
最新情報とハイライトの違いは？

ニュースフィード

「ニュースフィード」

The screenshot shows the Facebook News Feed interface. At the top, there is a search bar and a 'ホーム' (Home) button. The main content area is titled 'ニュースフィード' (News Feed) and includes a sub-header 'ハイライト・最新情報 14'. Below this, there are navigation options: 'シェア: 近況 写真 リンク 動画 クエスチョン'. A text input field contains the placeholder text '今なにしてる?'. A red arrow points from the text '「ニュースフィード」' above to this input field. Below the input field, a post by '原裕' (Hara Hiro) is visible, featuring a photo of a person in a store and the text 'TSUTAYA六本木でFBI発見。'. The post includes interaction options: '4時間前 · いいね!を取り消す · コメントする · シェア'. A comment box shows a thumbs-up icon and the text 'あなたと井出一誠さん、竹村 詠美さん、藤本 佳織さん、他10人が「いいね!」と言っています。'. At the bottom of the post, there is a button that says 'コメント4件をすべて見る'. The left sidebar contains the user's profile '小野寺 翼' and various navigation links like 'ニュースフィード', 'メッセージ', 'イベント', '友達', 'コネクションサーチ', and 'TouchGraph'.

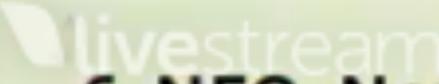
ニュースフィードには2種類あります

「ハイライト」 「最新情報」

The image shows a screenshot of the Facebook news feed interface. At the top, there is a search bar and a 'ホーム' (Home) button. Below the search bar, the 'ニュースフィード' (News Feed) section is highlighted. Two red arrows point from the text '「ハイライト」' and '「最新情報」' above to the 'ハイライト' and '最新情報 14' buttons, respectively. The '最新情報' button is highlighted with a red box. Below the buttons, there is a text input field with the placeholder text '今なにしてる?'. The main content area shows a post by '原裕' (Hara Hiro) with a photo of a person in a store and the text 'TSUTAYA六本木でFBI発見。'. Below the post, there are interaction options: 'いいね!を取り消す', 'コメントする', and 'シェア'. A comment from 'あなたと井出一誠さん、竹村 詠美さん、藤本 佳織さん、他10人が「いいね!」と言っています。' is visible, along with a link to 'コメント4件をすべて見る'.

ハイライトに表示されるためのロジック

エッジランク

 **6. NFO: News Feed Optimization**
EdgeRank

$$\sum_{\text{edges } e} u_e w_e d_e$$

u_e - affinity score between viewing user and edge creator

w_e - weight for this edge type (create, comment, like, tag, etc.)

d_e - time decay factor based on how long ago the edge was created

エッジランクの評価基準

1. 親密度

- ・ ページへのアクセス頻度
- ・ 「いいね！」やコメント等のフィードバックの頻度

2. 重み

- ・ 他ユーザーを含めたフィードバックの総数

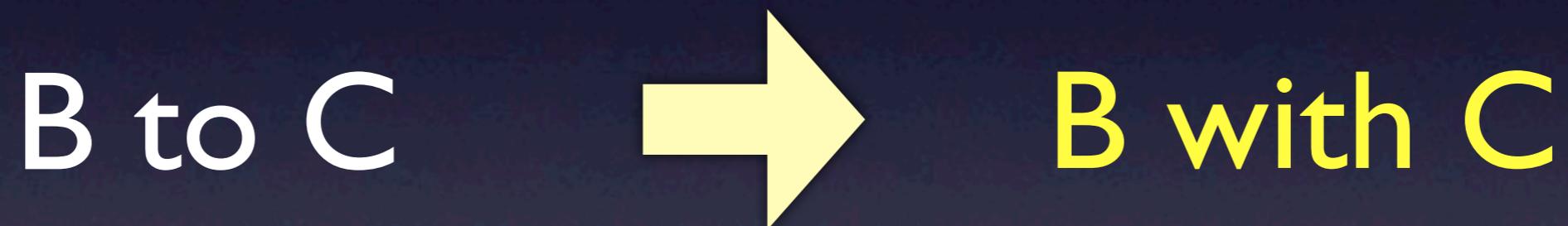
3. 時間

- ・ 投稿時間の新しさ

エッジランクをあげること自体が目的??

ソーシャルメディアは生活者が主役の場

企業と消費者の関係



Facebook活用のキーワード

キーワード

「共感」

SIPS

「共感 (Sympathize)」から
スタートをしている点にも注目



事例紹介

全日空Facebookページ



<http://www.facebook.com/ana.japan>

2011年 1月11日公開

ファン数：29,576名（5月11日正午時点）



事例1. 中の人紹介コンテンツ



3人のうち“いいね！”の数が
最も多かったのは？

ホームページ・旅行コーナー担当の山崎さん



ANA Japan

今週はANAホームページの旅行コーナー担当、山崎さんの笑顔でスタート！
旅行に行きたい！と思って頂けるよう、見やすく分かりやすいページ作りを心がけています。



📅 4月25日 9:29 · いいね! を取り消す · コメントする · シェア

装備品の整備担当の大井さん



ANA Japan

今週は装備品の整備担当、大井さんの笑顔でスタート！一つひとつの部品の信頼性にこだわって「安全・あんしん」につなげます。*写真は飛行機に搭載されているコンピューター（ブラックボックス）の整備の様子です。



📅 4月11日 9:19 · いいね! · コメントする · シェア

キャンペーンで起用の押切もえさん



ANA Japan
【be...Flight Project】
押切もえさんとのコラボレーション企画です♪
旅のススメやムービーの他、セドナへの癒しの旅もプロデュース！



押切もえ×ANA コラボレーション企画「be...Flight Project」
www.ana.co.jp
「ANAの旅でなりたい自分になる」を押切もえがデザイン！

📅 1月28日 8:28 · いいね！を取り消す · コメントする · シェア

山崎さん > 大井さん > 押切さん

「Facebookページではお金をかけた
プロモーションほど
うまくいかないのではないか？」

「共感」が生まれ企業を好きになる



ブランディングにつながる

その他. 「共感」を生むコンテンツ多数



CM 「きたえた翼は、強い。」編



福原愛CM 「一歩ずつ前へ。」

 **ANA.Japan**
【もうすぐ母の日】
"ママも子供も楽しめる旅"をANAがお手伝いたします♪
詳しくはこちらから⇒<http://www.ana.co.jp/promotion/anamama/>

 **ANA MAMA** ヒコーキで行くママと子供の旅。 | 航空券 |
ANA SKY WEB
www.ana.co.jp
ヒコーキで行くママと子供の旅。ANAならもっと楽しくなる。ANA 全日空。国内線・国際線航空券の予約・購入。マイレージクラブのご紹介。旅行情報もご用意しております。

ANA MAMA ヒコーキで行くママと子供の旅。

まとめ

- ・ ソーシャルメディアは人と人のつながりがベース
- ・ 信頼できる友人が、信頼できる情報をくれる場所
- ・ 実名制＝オモテの顔でのコミュニケーション
- ・ 良質なコンテンツ、コミュニケーションを生みエッジランクをあげることが重要
- ・ 企業と消費者の関係はB with Cであるべき
- ・ Facebookページ活用のキーワードは「共感」
「共感」が生まれた結果、ブランディングにつながる
- ・ つながっている人達のことをいかに考えることができるか

ご清聴ありがとうございました！

facebook

小野寺 翼



twitter

@TSUB



<http://www.tsublog.com>

onodera.tsubasa@memembers.co.jp



<http://www.members.co.jp>