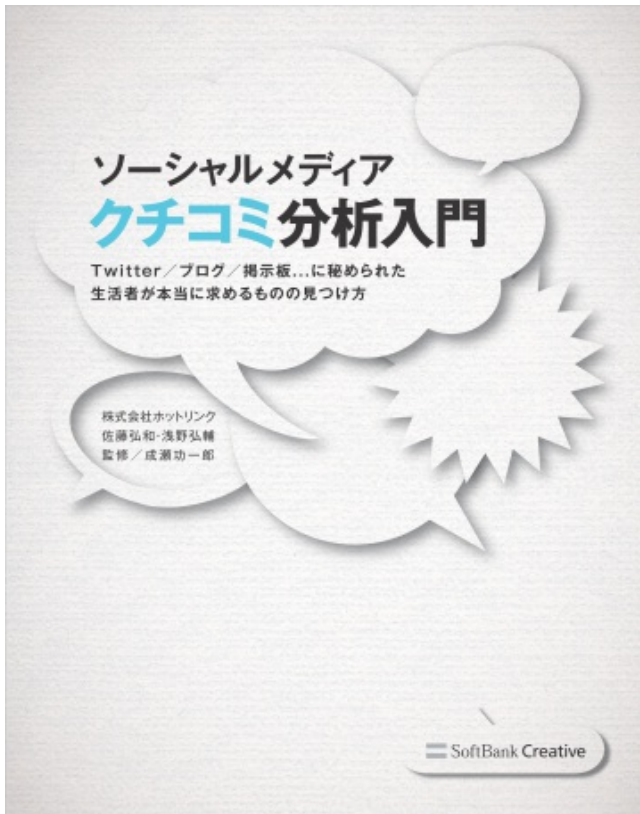


ソーシャルメディア クチコミ分析入門 - ダウンロード, PDF オンラインで読む



ダウンロード

オンラインで読む

概要

※この電子書籍は固定レイアウト型で配信されております。固定レイアウト型は文字だけを拡大することや、文字列のハイライト、検

企業における Facebook 運用法. ~エンゲージメント率を高める発信内容の分析~. 小野崎 優衣. 1. はじめに. 日本におけるソーシャルメディアの利用者数は. 年々増加し, 2012年の推計値では5000万人を超えている[1]. それに伴い企業も広報活動のためのツールとしてソーシャルメディアを導入する割合が増えている. NTTレゾナント株式会社による2012年の調査. [2] では, 2011年に比べ2012年の Twitter 1 や. Facebook2といったソーシャルメディアの利用率はすべて増加しており, 中でもFacebookでは前年比.

ブロガーのためのソーシャルメディア入門1. 2011/05/12. 今回は伝えたいことを多くの人に知ってもらうためのソーシャルメディア活用術について書いていきたいと思います。twitterやはてなブックマークなどのソーシャルメディアには、「ある情報に興味がある人」と「それを伝えたい人」を繋ぐという情報マッチ

ングツールとしての一面があります。ソーシャルメディアを上手く使える人とそうでない人では、自分の伝えたいことを知ってもらえる人の数は大きく変わります。**インターネットの利用人数は時間帯によって異なる

【試し読み無料】※この電子書籍は固定レイアウト型で配信されております。固定レイアウト型は文字だけを拡大することや、文字列のハイライト、検索、辞書の参照、引用などの機能が使用できません。ブランディング、キャンペーン、製品開発、風評調査、Twitterやブログ、掲示板のクチコミから、仕事に役立つヒントを見つけ出すテクニックを紹介。実例から分析の進め方や、結果の読み解き方を学んでいきましょう。

Google+, グーグルプラス技術の理解と習得に役立つおすすめの技術書(和書/洋書/原書)を紹介します。書籍を読んで効率的に技術を習得しましょう。翻訳版を待てない方には洋書、原書があります。いち早く読んで、誰よりも先に開発しませんか。書籍を読んで効率的に技術を習得しましょう。技術書を点数で評価し、レビューもあります。参考書、解説書、関連書籍を紹介します。そのほか、新刊、新書、中古本、古書があります。また、書籍案内、紹介、読書感想、レビュー、評価、批評、比較、良書、おすすめ、推薦本、推薦図書。

Amazonで佐藤 弘和, 浅野 弘輔, 成瀬 功一郎のソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板に秘められた生活者が本当に求めるものの見つけ方。アマゾンならポイント還元本が多数。佐藤 弘和, 浅野 弘輔, 成瀬 功一郎作品ほか、お急ぎ便対象商品は当日お届けも可能。またソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板に秘められた生活者が本当に求めるものの見つけ方もアマゾン配送商品なら通常配送無料。

ソーシャルメディアクチコミ分析入門. 出版社: SBクリエイティブ. ISBN: 978-4-7973-7475-9 本体価格: 2,400円 発売日: 2013年09月26日 著者: 浅野 弘輔、佐藤 弘和、成瀬 功一郎. 作業を10倍加速する Photoshop「超」仕事術 - 最少の労力で最高の写真に仕上げる効率化. Visual Basic 2012/2013入門. 出版社: SBクリエイティブ. ISBN: 978-4-7973-7430-8 本体価格: 2,800円 発売日: 2013年09月25日 著者: 笠原 一浩. ゲームはこうしてできている. 出版社: SBクリエイティブ. ISBN: 978-4-7973-7226-7

クチコミ@係長を題材にクチコミ分析ツールの活用方法を解説. クチコミ@係長をはじめとするソーシャルメディア上のクチコミ分析入門を取り上げる. Part:1-2クチコミ分析で必要なものは? クチコミデータと. tombi-aburage. 3268viewsお気に入り数:0. 知名度ゼロ、広告費ゼロでもできる! ソーシャル動画マーケティング.

世界中どこでも配送料無料のYesAsia.comで「ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものの見つけ方」を買おう! 「佐藤弘和/著 浅野弘輔/著 成瀬功一郎/監修」ほか人気の「日本語の書籍」もあります。

2017年9月8日. クチコミ分析とは、膨大な消費者の声を「見える化」し、商品やサービスの改善に役立つヒントや気づきを得るための技術です。「あの商品はなぜ売れているのか?」、あるいは「この商品はなぜ売れていないのか?」といった疑問に答えてくれます。本書では、クチコミ分析で役立つテキストマイニングと統計学の知識についてゼロから丁寧に説明します。プログラミング経験や数学に関する専門知識は一切必要ありません。

おすすめの通販情報. ニューバランス new balance スニーカー MRL996 DG Steel メンズ(男性用) (NEWBALANCE. 13,132円 売り切れ. 3%364ポイント. 送料無料. 【送料無料】本/ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板...に秘. 2,592円. 3%72ポイント. 送料無料. 糸こんにゃく お得用 2個入. 216円. 3%6ポイント. 送料別. こんにゃく羊羹 こんにゃくようかん. 430円. 3%11ポイント. 送料別. 【送料無料】本/IEを自在に操るExcel VBAプログラミング入門 データの収集・加工を. 2,376円. 3%66ポイント.

ホットリンクが執筆した「ソーシャルメディアクチコミ分析入門」、ご好評につき電子書籍化〜クチコミ分析をビジネスに活かすヒント満載! www.hottolink.co.jp/pr/pr. 2015-10-09 13:14:58. kakar. クチコミ@係長(株式会社ホットリンク)@kakaricho_jp. クチコミ@係長が「第9回 ASPIC クラウドワード2015」支援業務系グランプリを受賞いたしました。| 株式会社ホットリンク〜ソーシャル・ビッグデータ活用のクラウドサービス www.hottolink.co.jp/pr/pr. 2015-10-09 11:52:52. kakar. クチコミ@

係長(株式会社ホット)

2014年10月8日 . ソーシャルメディアが発達した今、Googleを代表とする検索エンジンの他に、ソーシャル上の口コミを情報源とする人が増えています。それを含めたキュレーションの価値が高まる一方で、口コミの抱える問題点とはどのようなものなのでしょうか。

2010年12月3日 . ソーシャルメディアの登場で、企業は生活者とのコミュニケーションのあり方を根本から見直すべきタイミングに来ているようだ。電通さとなお氏のブログ . 以上の3つは、企業と生活者のあいだの情報伝播を改善するための基本的なアプローチだが、さらにソーシャルメディアを仕組みとしてうまく活用することで、このクチコミを劇的に活性化させる方法がある。それらを、著名 . このEtsyのツイッター利用に関しては、次のブログ記事で詳細を分析しているので、ぜひ参考にしてほしい。・Twitterで一番得して。

トリプルメディアを軸として、戦略PR、コンテンツマーケティング、ソーシャルメディアマーケティングのハウツーを解説した書籍を刊行しました！ . 広報・PRやソーシャルメディア、クチコミなど「信頼を獲得する」ためのアードメディアはデジタルにかぎらず、リアルな現場でもブランディングに欠かすことができません。 . 本書は、そんなWeb制作関係者や企業のWeb担当者などを対象に、Webマーケティングの「普遍的な仕掛け」から、フレームワーク、具体的な手法や現在のトレンドなどを網羅的に解説した入門書です。

先日、静岡アクセス解析勉強会で「Facebookページ分析入門」の勉強会を開催しました。そこで発表した、Facebookページの投稿の時間別グラフなどをエクセルで作る方法を紹介します。Facebookページには「インサイト」という分析ツールがあり、いいね！やクチコミの数などの分析ができます。それぞれの投稿についてリーチ(見られた数)や話題にしている人の数も分かるのですが、どのような投稿が効果があったか一目で分かるグラフ等の機能は十分ではありません。そこで、エクセルを使ってインサイトのデータを。

2012年4月2日 . ソーシャルメディアに取り組む上で、ゴールを設定していますか。Twitterのフォロワーの数やリツイートの数、Facebookのいいね!はそれなりに増えてきたものの、どれだけビジネスに結びついたかどうかは見ていない、わからない、という企業が意外に多いことを実感しています。それでは、ソーシャルメディアの価値はどのように測るべきでしょうか。すでにブログやTwitterなどを分析するクチコミツールは存在しており、また、Facebookにはインサイトという高機能な分析ツールが備わっています。それらを使っ。

2013年9月26日 . Twitter・ブログ・掲示板・SNSなど、ソーシャルメディア上のクチコミから、ビジネス・マーケティングに役立つヒントを見つけ出すテクニックを紹介します。分析の手法から、結果の読み解き方、分析を成功させるためのポイントなど、すぐに使えるテクニックが満載。ソーシャルメディア分析ツール「クチコミ@係長」が無料で使えるデモ版アカウントで、分析を直に体験することも可能。ブランドイメージの調査、キャンペーンの反響測定、ユーザー意識の調査、企業の風評調査など、クチコミから生活者の「生の声」。

講師. 佐藤 弘和 氏(株式会社ホットリンク シニアコンサルタント) ブログ・メールを中心としたマーケティング会社を経て2009年ホットリンクに入社。現在はさまざまな業界において、お客さまのソーシャルメディア分析・運用方法を第一線でサポート・コンサルティングをされており、各種イベントのスピーカーとしても活動の場を広げている。著書に『ソーシャルメディアクチコミ分析入門』(ソフトバンククリエイティブ刊)がある。

2015年3月20日 . マーケティング」基本の入門書. 山本 和実 / 著. すばる舎. 2009.2. 675.

1000800344104. マーケティング戦略. 和田 充夫 / 著. 有斐閣. 2012.3. 675. 1000800744263. ビジュアルマーケティング戦略. 野口 智雄 / 著. 日本経済新聞出版社. 2012.2. 675 .. 2010.10 675.

1000800563922. 顧客を売り場に直送する. 西田 宗千佳 / 著. 講談社. 2013.11 007.3.

1000801016583. 実践ソーシャル・メディア・マーケティング. ジム・スターン / 著. 朝日新聞出版. 2011.2. 675. 1000800606852. クチコミの技術.

2017年2月17日 . ソーシャル・イノベーション論. 2016年度で科目廃止. 実践知考具. ソーシャル・イノベーション. 田坂 広志. 春. 2. 2017年度新設. ソーシャル・アントレプレナー論. 2016年度で科目廃止. 実践知考具. ソーシャル・アントレプレナー. 田坂 広志. 秋. 2 ... データベース活用入門. 佐

藤 洋行. 秋. 2. 167. サービスサイエンス. 中野 未知子. 秋. 2. 169. ビジネスデータ活用実践(BI). 萩原 雅之/佐藤 洋. 春. 2. 171. データ分析力. 科目名. 担当教員. 開講 単位数 ページ. ビジネスデータ分析入門(統計ソフト活用).

[本・情報誌]『ソーシャルメディアクチコミ分析入門』佐藤弘和のレンタル・通販・在庫検索。最新刊やあらすじ(ネタバレ含)評価・感想。おすすめ・ランキング情報も充実。TSUTAYAのサイトで、レンタルも購入もできます。出版社:SBクリエイティブ。

日本雅虎拍賣ソーシャルメディアクチコミ分析入門 | 日本代標 | ezimport.

アクセス解析 アクティブサポート インターネット オバマ カンパセーションナルマーケティング クチコミ グランズウエル コミュニケーション コミュニケーションデザイン コミュニティ コミュニティマネージャー ジェローム・マッカーシー セス・ゴードン ソーシャルメディア ソーシャルメディアマーケティング ソーシャルCRM トレーニング パブリシティ フィリップ・コトラー ブランド ブログ プロダクトアウト ペイパーポスト マーケットイン マーケティングの4P マーケティングミックス メディア ロングテール 分析 市嶋泰樹 広告 考え方 藤田 康人 貝印.

ホットリンクが執筆した「ソーシャルメディア クチコミ分析入門」、ご好評... (2015年7月17日 15時43分). ~クチコミ分析をビジネスに活かすヒント満載! ~株式会社ホットリンク(本社:東京都千代田区、代表取締役CEO:内山幸樹、証券コード:3680以下ホッ...「ポケムヒもったでんば組.incと、ハローキティ」新曲『ムなさわぎのヒみつ... (2015年6月1日 9時31分). 初の共演MV6月1日(月)ムヒの日よりスペシャルサイトにて公開『ムなさわぎのヒみつ?!』&MVを収録した初回限定盤Bのジャケットも公開中株式会社池田...

2015年7月17日 . クチコミ分析をビジネスに活かすヒント満載! ~ 株式会社ホットリンク(本社:東京都千代田区、代表取締役CEO:内山幸樹、証券コード:3680 以下ホットリンク)が執筆した書籍『ソーシャルメディア クチコミ分析入門~Twitter/ブログ/掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方~』が、SBクリエイティブ株式会社(本社:東京都港区、社長:土橋 康成、以下「SBクリエイティブ」)より電子書籍化されました。本書籍は、ソーシャルメディア上のクチコミをビジネスやマーケティングに活かす。

2015年7月17日 .【概要】. 株式会社ホットリンク(本社:東京都千代田区、代表取締役 CEO:内山幸樹、証券コード:3680 以下ホットリンク)が執筆した書籍『ソーシャルメディア クチコミ分析入門~Twitter/ブログ/掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方~』が、SBクリエイティブ株式会社(本社:東京都港区、社長:土橋 康成、以下「SBクリエイティブ」). から電子書籍化されました。本書籍は、ソーシャルメディア上のクチコミをビジネスやマーケティングに活かすための方法について、分析手法から。

ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方. [内容]「キャンペーンの反響は...」「新製品の評判は...」「いま話題の商品は...」「私たちの会社の評判って...」、クチコミ分析なら、あなたの欲しい情報をすぐに集めることができます。ネットに飛び交う無数のクチコミから、必要な情報を抽出・分析し、ビジネス? 名刺印刷オプション:表面QRコード 自分で作ったQRコードを送って 追加(? 通常デザイン名刺商品とあわせてご利用いただける印刷オプションです。

主要著作『リテールデータ分析入門』(共編著)中央経済社, 2014年;『ネットワークと消費者. 行動』千倉書房, 2015年. 主要著作「知覚認知率がクチコミ受信意向と購買に与える影響」(共著)『マーケティング・サイエンス』第19巻第1..の条件55. セグメント27. セルフサービス式カフェ62, 65. 選択・購買94. 選択的チャネル172. 全方位型マーケティング33. 属性 →評価属性99. 測定可能性55, 56. 組織コミットメント222, 227. ソーシャルメディア272, 274. た行. 大規模小売業者164, 165. 代替案評価94.

2017年4月5日 . SNS用語集をマーケティング担当者向けにまとめました。変化が激しいソーシャルメディア界の今を俯瞰し、正しい理解を進められるように解説を加えています。

そして、ソーシャルメディアを活用して効果的なプロモーションを行えることを目指します。広く、地方創生や地域活性化を志す方、興味がある方(自治体職員、地域シンクタンク研究者、地域金融機関職員、地域づくり. 団体メンバー、学生・生徒など)を対象にします。地域経済を分析するため

の新たな方法である「地域経済循環分析」を行うための基礎的な知識を学習します。第1週(ユニット1):ソーシャルメディアの現状(動画:4本、合計:48分)。第2週(ユニット2):情報の拡がり方と口コミ設計(動画:6本、合計:69分)。

「データ分析力養成セミナー」では、統計的な知識がなくても問題解決の糸口を見つけられるデータ分析のノウハウをレクチャーします。顧客ニーズの多様化やインターネット、デジタル、企業の製品やサービスなどに対する顧客の声がソーシャルメディア上で拡散しやすく、顧客のロイヤリティを高めることが企業にとって重要な課題になっています。顧客ロイヤリティとは、顧客満足度よりも、著書に「マーケティングに役立つ統計の読み方」「よくわかるExcelデータ分析入門」がある。渋谷 直正氏
日本航空株式会社 Web販売部

2011年11月30日【リリースサマリー】----- 株式会社ホットリンク(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:内山幸樹)は、ソーシャルメディア分析ツール「クチコミ@係長」に、手持ちのテキストデータを読み込んで分析できる、データのインポート機能を搭載しました。これにより、「クチコミ@係長」の強力なテキスト分析機能を活用し、ソーシャルメディアデータと他のマーケティングデータの比較分析、及び統合的な分析が可能となりました。【詳細】-----
----- TwitterやFacebookなどの。

ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter／ブログ／掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方/佐藤弘和/浅野弘輔/成瀬功一郎」の通販ならLOHACO(ロハコ)! ミネラルウォーター、お茶、ティッシュ、おむつなどの日用品から、掃除機、冷暖房器具などの生活家電まで、アスクル個人向け通販ならLOHACO(ロハコ)。翌日以降お届け、1900円以上で基本配送料無料です。

2011年5月9日、クチコミマーケティングを企画にあたって、頭の中に入れておきたい公式が「(シカケ)×(シクミ)」である。(シカケ)とは「人に伝えたくなるネタ・情報」のことであり、(シクミ)とは「人に伝えやすい機能・ツール」のことである。この2つの掛け算がうまく行った場合に、クチコミはうまく拡がりを見せる。

【商品点数2000万品以上!】ネットワークの商品一覧の評価高い順。ネットワーク | コンピュータ・IT | 本・コミック・雑誌のネットショッピングなら通販サイトWowma!(ワウマ)。人気の激カワファッションをサイズ・カラー・ブランドを豊富に取扱い。最新トレンドファッションやコスメ・グルメなど、2000万品以上の豊富な品ぞろえ。

2012年12月11日、TwitterやFacebookなど、消費者の間でソーシャルメディアの活用が進んでいる。ユーザーのよりリアルな声が散りばめられたソーシャルメディア上の投稿や口コミは、ダイレクトマーケティングを行う企業にとっては、まさに“宝の山”と言える。こうした情報を何とか活用できないかと考えている経営層、マーケティング担当者も少なくないだろう。しかし、実際に分析を行い、顧客理解を深める知見を得るにはいくつかのステップが必要だ。では、どのように段階を踏めば、ソーシャルメディアを活かし、顧客をより深く。

ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter／ブログ／掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方 - 佐藤弘和／著 浅野弘輔／著 成瀬功一郎／監修 - 本の購入はオンライン書店e-honでどうぞ。書店受取なら、完全送料無料、カード番号の入力も不要! お手軽なうえに、個別梱包で届くので安心です。宅配もお選びいただけます。

献「インテリジェンス・ジャーナリズム」の購読とテレビニュース分析を行っている。プレ演習では、課題図、書のプレゼンテーション、メディアリテラシーのアプローチによるメディア分析の基礎実習を中心に学ぶ。3、4年のプレゼンテーションにも出席する。授業の到達目標、Objectives、メディアをクリティカルに分析する力とメディアを創造する実践的な力を養う。実践はドキュメンタリー、フォトストーリー、Webコンテンツ、ソーシャルメディアを利用したコンテンツ、など個々の知識と能力によって選択する。事前・事後学習の内容。

この電子書籍は固定レイアウト型で配信されております。固定レイアウト型は文字だけを拡大することや、文字列のハイライト、検索、辞書の参照、引用などの機能が使用できません。ブランディング、キャンペーン、製品開発、風評調査、Twitterやブログ、掲示板のクチコミから、仕事に役立つヒントを見つけ出すテックニクを紹介。実例から分析の進め方や、結果の読み解き方を学んでいきま

しょう。

2014年7月30日．口コミ分析がよくわかる一冊．仕事の都合で”評判”についての確認方法を知りたくなったので、一般的な口コミ分析の手法が書かれた本書を読みました。これまでクチコミを分析するっていうのが馴染みがなかったので、このクチコミ分析というのがどういうことを指しているのかから始まり簡単なガイドについて書かれた、いわゆる入門書というものを探していました。まんまタイトルに有るとおりで、程なくしてこの書籍に行き着きました。題名に入門と言っていますが、他の入門書とちょっと違って、深い。

2013年9月24日．今回の「新・山形月報！」が取り上げるのは、飯田泰之、荻上チキ『夜の経済学』（扶桑社）、浅野弘輔・佐藤弘和著、成瀬 功一郎監修『ソーシャルメディアクチコミ分析入門』（SBクリエイティブ）、イザベラ・バード『朝鮮紀行』（講談社学術文庫）、アレン・アイルランド『THE NEW KOREA』（桜の花出版）、ジョージ・アキタ、ブランドン・パーマー『日本の朝鮮統治を検証する』（草思社）などなどです。また、最後にも少し紹介されていますが、山形浩生さんが監修をしたポール・クルーグマンの『そして日本経済が』。

ソーシャルメディアクチコミ分析入門 - Twitter／ブログ／掲示板...に秘められた生活者 - 佐藤弘和 - 本の購入は楽天ブックスで。全品送料無料！購入毎に「楽天スーパーポイント」が貯まってお得！みんなのレビュー・感想も満載。

佐藤弘和のおすすめランキングのアイテム一覧. 佐藤弘和のおすすめランキングの作品一覧です。ブックログでのおすすめ、人気、レビュー数、発売日順で並び替えたり、電子書籍化されている作品もチェックできます。ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板.に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方. 27人が登録 ☆2.83 3 レビュー. 佐藤弘和 本 2013年9月26日 Amazon.co.jpで見る Amazon.co.jp. amazon詳細ページ カートに入れる. 本当に役立つ! クラシック・ギター練習法74 12人の指導.

株式会社博報堂ブランドコンサルティング(2012)『図解でわかるブランドマネジメント』日本能率協会マネジメントセンター. 11. 小宮路雅博(2012)『現代マーケティング総論』同文館出版株式会社. 12. 小池晋一(2007)『ウェブ新時代の「口コミ」戦略ナンバー1になるためのビジネススタイル』PHP. 研究所. 13. 小西圭介(2013)『ソーシャル時代のブランドコミュニティ戦略』ダイヤモンド社. 14. 佐藤弘和・浅野弘輔(2013)『ソーシャルメディアクチコミ分析入門』SBクリエイティブ. 15. 和田充夫・日本マーケティング協会(2005)『

また、この手法とLSAによる分析結果の比較を行ない、分析の本質的な部分には度数分布であり、本提案手法でも把握可能なことを示した。経営者の本当に欲している情報とは、顧客の潜在的な事前期待であり、画期的な商品機能改善や、新商品の開発に結び付く未知の機能、サービスであろう。本稿で我々が提案した分析手法は、簡単な方法ではあるが、こうした経営者のニーズに応えている。1. 始めに、ビッグデータをキーワードに、WEB上のソーシャル・メディアなどの膨大な書き込みから、顧客の意見、ニーズなどを。

Amazon.co.jp: ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板.に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方 eBook: 佐藤 弘和, 浅野 弘輔, 成瀬 功一郎: Kindleストア.

凸版印刷株式会社が提供するソーシャルメディアライブ！をご紹介しますページです。

2017年11月7日．【2ちゃんねる乗っ取り外伝】だんねんながら一部J-CASTで当社社長がインサイダー取引を行ったかのような炎上報道がございましたが、そのような事実は一切ございませぬ・ソーシャルメディアクチコミ分析入門・ソーシャルメディアクチコミ分析入門 また今後の動向によっては、名誉毀損に関する訴訟も検討させていただくことも併せてお知らせしますそうです。ジエイ・カス／(^o^)\ 続きを読む. Posted by kingcurtis 固定リンク | Comments(3) ・【2ch.sc】鳴り物入りの「第三 2ちゃんねる」GMT+9での。

2015年1月28日．受講対象者 広報、経営企画、マーケティング部門などでソーシャルメディアの運用や企画立案をご担当の方。または、ソーシャルメディア運用に課題を感じている方。P-7 ROOM-B 受講料: 5,400円(税込)．データ分析入門．～データ分析の結果を.. 企業が保有するデータの分析だけでは、到達し得なかった、より客観的で多角的な分析を、可能にします。「人口・世帯統計」,「事業者・建物・施設」,「地理・気象」,「商品・消費動向」,「評価・口コミ・メデ

ア」. の5つのデータカテゴリーで構成しています。

2016年12月11日 . ソーシャルメディア クチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板. に秘められた生活者が本当に求めるものの見つけ方(佐藤弘和, 成瀬功一郎)。※この電子書籍は固定レイアウト型で配信されております。固定レイアウト型は文字だけを拡大することや、文字列のハイライト、検索、辞書の参照、引用などの機能が使用できません。ブランディング、キャンペーン、製

クチコミ@係長:リアルタイムに投稿を収集するSNS分析ツール--拡散状況も表示. クラウド型ソーシャルメディア分析ツールの「クチコミ@係長」は、Twitter、Facebookなど主要SNSへの投稿データをリアルタイムで収集、分析する。投稿に含まれる話題の成分をグラフィカルに表示できる。

【無料試し読みあり】「ソーシャルメディア クチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板. に秘められた生活者が本当に求めるものの見つけ方」(佐藤弘和 浅野弘輔 成瀬功一郎)のユーザーレビュー・感想ページです。ネタバレを含みますのでご注意ください。

2011年10月3日 . 原点回帰というか、インターネットの歴史から、本来のインターネットの特性と、一見合い反する資本主義の上に成り立つ企業とを結ぶための道筋が述べてある。インターネットや歴史的背景からくる自由でオープンな文化と、資本主義・効率化からなる没個性というかマスとしての大衆の捉え方の両者をどのように結んでいくか。書籍の前半は歴史・変化からくるソーシャルメディアとインターネットの関係性。ソーシャルメディアのマップにより、現在のメディアの形をモデル化した後、後半は事例を交えながら企業。

つながりっぱなしの日常を生きる：ソーシャルメディアが若者にもたらしたもの / ダナ・ポイド著 ; 野中モモ訳. 東京 : 草思社 , 2014.10. 図書. 自分でつくるセーフティネット : 生存戦略としてのIT入門 / 佐々木俊尚著. 東京 : 大和書房 , 2014.8. ソーシャルメディアクチコミ分析入門 : Twitter/ブログ/掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものの見つけ方 / 佐藤弘和, 浅野弘輔著. 東京 : ソフトバンククリエイティブ , 2013.9.

2013年5月24日 . 企業がネガティブなクチコミを生み出して、それが広まってしまったとします。拡散を収束させるためのポイントは3つあります。

【送料無料選択可】ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板. に秘められた生活者が本当に求めるものの見つけ方/佐藤弘和/著・【送料無料選択可】ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板 購入ページ 2,592円。「キャンペーンの反響は。」「新製品の評判は。」「いま話題の商品は。」「私たちの会社の評判って。」、クチコミ分析なら、あなたの欲しい情報をすぐに集めることができます。ネットに飛び交う無数のクチコミから、必要な情報を抽出・分析し、ビジネスやマーケティングに活かすための。

2015年7月13日 . Facebookのランキングポータルも運営されている「Beluga」のソーシャルメディア統合管理運営ツール。投稿管理、アカウント分析のほか、クチコミ傾聴(評判分析)などバランスよく機能が備わっている。投稿承認フローに特化したスマホアプリ(iPhone/Android)の提供や、分析機能には、Facebook、Twitterに加えて、Instagramにも対応。価格面(初期10万円、月額5万円)や、ユーザー数の制限(初期設定は3ユーザー)が見合うかがポイント。URL:

<https://beluga.uniquevision.co.jp/> 提供:ユニーク。

2017年4月26日 . ほしい情報はハッシュタグで探す。そんな情報収集の新しい流れが生まれています。本記事では、ソーシャルメディアのハッシュタグ検索についてInstagram(以下、インスタグラム)を例に紹介します。【記事のレベル: ☆】。コスメの使用感はクチコミサイトよりインスタグラム? 先日こんなことがありました。新宿にあるデパートの化粧品売り場で口紅を探していた時のこと。スタッフさんがおすすめしてくれたのは新商品の口紅でした。実際に使った人の評価が気になったので、「クチコミサイトとかに情報が載っ

1400円(税別) 14pt. カゴに追加. Unity4プログラミング アセット活用テクニック・荒川巧也/浅野祐一・SBクリエイティブ. 2980円(税別) 30pt. 立読; カゴに追加. ソフトウェアシステムアーキテクチャ構築の原理 第2版・ニック・ロザンスキ/オウエン・ウッズ/牧野祐子/榊原彰・SBクリエイティブ. 5200円(税別) 52pt. カゴに追加. ソーシャルメディア クチコミ分析入門・佐藤弘和/浅野弘輔/成瀬功一郎・SBクリエイティブ. 2400円(税別) 24pt. 立読; カゴに追加. 上司のタテマと本音・濱田秀彦・SBクリエイティブ. 1300円(税別) 13pt.

ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter／ブログ／掲示板...に秘められた生活. 未来屋書店.
ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitte. 本体価格 2,400円. 税込価格 2,592円・はじめてのA
ndroidプログラミング 超初心者でも大丈夫☆ 改訂版. 未来屋書店. はじめてのAndroidプログラ
ミング 超初心者. 本体価格 2,580円. 税込価格 2,786円・1日でWebサイトが作れる！ WordP
ress入門講座. 未来屋書店. 1日でWebサイトが作れる！ WordPress入. 本体価格 1,800円.
税込価格 1,944円・コンピューター入門.

[Japan]【プレスリリース】ホットリンクが執筆した「ソーシャルメディアクチコミ分析入門」、ご好評につ
き電子書籍化〜クチコミ分析をビジネスに活かすヒント満載！〜。《概要》株式会社ホットリンク
(本社：東京都千代田区、代表取締役CEO：内山幸樹、証券コード：3680以下ホットリンク)が執
筆した書籍『ソーシャルメディアクチコミ分析入門〜Twitter／ブログ／掲示板...に秘められた生活
者が本当に求めるものの見つけ方〜』が、SBクリエイティブ株式会社(本社：東京都港区、社長：
土橋 康成、以下「SBクリエイティブ」)から。

2015年8月21日 . 先日ソーシャルで記事が拡散したことによる集客増の結果をシェア。なんかご好
意の拡散で収益というのもしゃらしい気はしますが何かのお役にたてば幸いです。

7 図書 フェイスブック若き天才の野望：5億人をつなぐソーシャルネットワークはこう生まれた。

Kirkpatrick, David, 1953 June 14-, 滑川, 海彦(1952-), 高橋, 信夫. 日経BP社, 日経BPマーケ
ティング (発売). 2 図書 ソーシャルメディアクチコミ分析入門：Twitter/ブログ/掲示板...に秘められた
生活者が本当に求めるものの見つけ方. 佐藤, 弘和, 浅野, 弘輔, 株式会社ホットリンク, 成瀬, 功
一郎. ソフトバンククリエイティブ. 8 雑誌 AJOSC's社会貢献活動年間報告書. 全日本社会貢献
団体機構. 全日本社会貢献団体機構.

ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter/ブログ/掲示板.に秘められた生活者が本当に求めるも
のの見つけ方, ホットリンク, 佐藤和弘, 浅野弘輔, ソフトバンククリエイティブ, 2013. エンゲージメン
ト・マーケティング Facebookが生み出す企業と生活者の絆, 原裕, 内野智仁, 植木耕太, 村山佳
代, 小野寺翼, 江口慎一郎, 吉居遥香, 塚本洋, マイナビ, 2012. ソーシャルインフルエンサー 戦略
PR×ソーシャルメディアの設計図, 本田哲也, 池田紀行, アスキー・メディアワークス, 2012. ソーシャ
ルメディアが変える企業広報〜.

ソーシャルメディアポータルサイト「Rex(レックス)」の執筆ライター、ブロガーの一覧です。 . クチコミ伝
言板. ソーシャルメディアを分析して約10年。データセクションが長年培ったノウハウを基にネット上の
クチコミをレポートします。大畑 貴文. 株式会社garbs. ソーシャルリクルーティングをはじめよう！

ソーシャルメディアを人材採用に活用したい採用担当者のためのブログ。ソーシャルリクルーティングの
基本知識や、さまざまなツールの活用方法、事例などを紹介するソーシャルリクルーティング入門プロ
グです。

2012年1月16日 . で、既に多くの企業がこのソーシャルメディアをビジネスに活用しようと取り組んでい
る。私自身、ソーシャルメディアのいちユーザーとして、このソーシャルメディアの現場で次々と仕掛
けられる企業の Web 戦略について大変興味が尽きない。そこで、今回の卒業研究のテーマに、こ
のソーシャルメディアを取り上げようと思った。1. 2 研究の要旨. この研究では、企業がマーケティング
を行うにおいてソーシャルメディアをどのように活用している. か事例を調査・分析し、ソーシャルメ
ディアのマーケティング.

2013年10月2日 . 株式会社ホットリンク(本社：東京都千代田区、代表取締役CEO：内山幸樹、
以下ホットリンク)が執筆した書籍『ソーシャルメディアクチコミ分析入門〜Twitter／ブログ／掲示
板...に秘められた生活者が本当に求めるものの見つけ方〜』が、9月27日(金)、SBクリエイティブ
株式会社(本社：東京都港区、社長：土橋 康成、以下「SBクリエイティブ」)より出版されました。
この書籍は、キャンペーンの反響や新製品／企業の評判など、ビジネスパーソンに必要とされる情
報をソーシャルデータから抽出・分析し、.

2013年12月14日 . (p.69)数量的・定量的な話に落とし込むための前処理、つまりは定性的分析
の作業に工数がかかりすぎるのが悩みなんだけど、不可避なら仕方がないですねえ。§□ 佐藤弘
和、浅野弘輔、成瀬功一郎 / ソーシャルメディアクチコミ分析入門Twitter・ブログ・掲示板・SNSな
ど、ソーシャルメディア上のクチコミから、ビジネス・マーケティングに役立つヒントを見つけ出すテクニク

を紹介します。分析の手法から、結果の読み解き方、分析を成功させるためのポイントなど、すぐに使えるテクニックが満載。

口コミで分析！ソーシャルメディア分析ツール |SP(セールスプロモーション)ツールのデザイン・企画・開発。企業様の集客支援、販売支援いたします。

ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter／ブログ／掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方。[内容]「キャンペーンの反響は...」「新製品の評判は...」「いま話題の商品は...」「私たちの会社の評判って...」、クチコミ分析なら、あなたの欲しい情報をすぐに集めることができます。ネットに飛び交う無数のクチコミから、必要な情報を抽出・分析し、ビジネス?。名刺印刷オプション: 表面QRコード 自分で作ったQRコードを送って 追加(?。通常デザイン名刺商品とあわせてご利用いただける印刷オプションです。

ソーシャル・メディア上の、ブランド・オピニオンリーダーは、いかにして作り出されるか? オピニオンリーダーとは、直接関わりのある他者に対して、よく影響を及ぼす個人を指す(Katz and Lazarsfeld, 1955)。こうした個人の存在認識は、Katz and Lazarsfeld, (1955)のコミュニケーションの2段階の流れ、ル)が存在するならば、彼らの発するWOM(word-of-mouth:クチコミ)によって、多くの人々を特定ブランドの購買へと、千倉書房／2015年)、『リテールデータ分析入門』。(共著／中央経済社／2014年)、『プライシング・

クチコミ効果を利用して、例えば自社及び製品、等の認知度を上げることができる。特に、マスメディアによる広告に比べ、安価にブランディング、を行うことができるだけでなく、その効果も計ることが可能となる。また、消費者はソーシャルメディアを利用して自由に希望や不満等を発言、することができるため、ソーシャルメディアデータを、分析することで、消費者のニーズや意見を獲得、することができる可能性がある。さらに、ソーシャルメディア上での人々の日常的な会話から、これまで知りえなかった消費者のインサイトを。

2014年9月12日、現在は様々な業界において、お客様のソーシャルメディア分析・運用方法を第一線でコンサルティングをしている。また、WOMJマーケティングサミットなど各種イベントでの講演や書籍「ソーシャルメディアクチコミ分析入門(ソフトバンククリエイティブ)」の執筆に携わるなど活動の場を拡大中。△PAGE TOP. 馬淵邦美さんオグルヴィ・ワン・ジャパン 代表取締役. Sapient inc (US) 勤務後に、1998年日本でインタラクティブ・エージェンシー、株式会社DOEを設立し代表取締役社長に就任。2005年 UKの。

2012年4月27日、Twitter、Facebook、mixiなど、ソーシャルメディアをマーケティングに活用する企業が増えてくる中で、ソーシャルメディアのモニタリング、あるいはリスニング(傾聴)といった言葉をよく耳にするようになってきた。この記事では、企業がソーシャルメディア上で顧客の声を聴くこと、ソーシャルリスニングに取り組むための実践方法についてツールとともに解説する。まず、ソーシャルリスニング活用のポイントを前半で解説し、ツール解説は記事の後半で行う。ソーシャルリスニング入門 ※ ソーシャルリスニングの。

新薬開発におけるリアル・ワールド・バリューの実証 2017/12/18・IDMP標準への準拠とさらなる価値の実現 2017/12/11・SAS Life Science Analytics Framework-CDISC 標準と研究メタデータの効果的な活用 2017/11/28・機械学習入門 2017/11/14・企業の..のパワーをHadoopにもたらす 2014/12/03・「ハイブリッド型の不正防止アプローチの採用で、連邦健康機関が1億ドル以上もの国費をどう削減したのか」2014/11/19・「ソーシャルメディアおよびソーシャル・ネットワーク分析を活用した犯罪対策」2014/11/19。

ソーシャルメディアクチコミ分析入門 Twitter／ブログ／掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方/佐藤 弘和/浅野 弘輔/成瀬 功一郎(経済・ビジネス) - クチコミ分析なら欲しい情報をすぐに集めることができる! ネットに飛び交う無数のクチコミから必要な情報を抽出・分析し、ビジネスやマーケティング.紙の本の購入はhontoで。

入れ墨 蛇・入れ墨 別の言い方・女 入れ墨・入れ墨 海外・警察官 巡査部長 年収・バッドボーイズ佐田 入れ墨・オスカルアンドレセックス・入れ墨 医師免許・入れ墨 入浴 感染・星野リゾート 入れ墨・ナチス ss 入れ墨・植松 聖 入れ墨・入れ墨 大阪・清原和博 入れ墨・酒井 法子 入れ墨・入れ墨 ok・背中の 入れ墨・ボコスカガールズ タツノ学園クライマックス・レーザー

入れ墨・入れ墨 朝鮮人・SBメディアグループは、ソフトバンクの出版事業部が母体になって生まれたグループです。両代表(左から土橋社長、

2017年1月31日・今やソーシャルメディアは個人での利用だけでなくマーケティングにも活用されていて、Webで施策を打つ上で欠かせない存在となっています。今回はソーシャルメディア解析ツールを5つピックアップし、それぞれの特徴を解説していきます。ソーシャルメディアでの効果を高める。主要なSNSに対応しています。「クチコミ傾聴分析」「SNSアカウント分析」「Twitterツイート分析」などの分析機能をはじめ、「投稿予約管理」といった複数のSNSを一元管理できる機能も備わっており、活躍する場面が多いです。

2013年11月22日・オプトはインターネット広告代理店です。オプトが発信する執筆・メディア掲載ホットリンクから書籍『ソーシャルメディアクチコミ分析 入門～Twitter／ブログ／掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方～』出版についてご紹介します。セミナーのサマリーの紹介や資料配布などもおこなっています。

TWITTERの検索結果：書籍,スマホ本体・アクセサリ,おもちゃ・知育,ジャンルで現在販売中の商品リストです。TWITTER買うならお得で楽しいネットショッピングQoo10(キューテン)で国内・海外人気商品が激安。割引クーポンやタイムセールなどお得なイベントも盛り沢山!

ターやブログの分析事例を紹介しつつ、最後にテレビ局にとっての傾聴の現状と展望を論じてみたい。筈———企業が向き合う。ソーシャルメディア。Li and Bernoff(2008)によれば、ソーシャルメディアの登場で重要なのは、個々のテクノロジー自体ではなく、「人々がテクノロジーを使って、自分が必要としているものを企業などの伝統的組織ではなく、お互いから調達する」(訳書 p.13)のような変化だという。その変化は「大きなうねり(groundswell)」とし、ソーシャルメディアを傾聴する。テレビコンテンツ・マーケティング。

タイトル, ソーシャルメディアクチコミ分析入門: Twitter/ブログ/掲示板...に秘められた生活者が本当に求めるものを見つけ方. 著者, 佐藤弘和, 浅野弘輔 著. 著者, 成瀬功一郎 監修. 著者標目, 佐藤, 弘和. 著者標目, 浅野, 弘輔. 著者標目, 成瀬, 功一郎. 出版地(国名コード), JP. 出版地, 東京. 出版社, ソフトバンククリエイティブ. 出版年, 2013. 大きさ, 容量等, 222p ; 24cm. 注記, 索引あり. ISBN, 9784797374759. 価格, 2400円. JP番号, 22308162. トーハンMARC番号, 32985217. 出版年月日等, 2013.9.

ソーシャル・メディアからスマートフォンまで 長橋賢吾. 有効か?ネット企業と並んで、データ分析・推定・管理が進んでいる分野として株式市場があります。これは当然の話で、株式市場を含めた金融業界は、突き詰めると、情報の流通によって収益をあげる業界であり、情報がすべてといっても過言ではありません。では、株式市場でデータ分析をきわめれば、つねに儲け続けることは可能なのでしょうか?筆者は、かつて、証券会社でアナリストの経験があり、株式市場を内部から見た経験がありますが、この答えは、「データ分析」。

2016年1月24日 ..ものにすぎない。クチコミや会話ってすぐ身近にありながら見えないが、いかに巨大で影響力をもつものか、目に見えるものによやくしてくれるのがこのようなクチコミを分析した本でないだろうか。急に売れ始めるにはワケがある ネットワーク理論が明らかにする 口コミ 口コミ伝染病—お客がお客を連れてくる実践プログラム キーパーソン・マーケティング: なぜ、あの人のクチコミは影響力がある ソーシャルメディアクチコミ分析入門「現代ネットワーキングの父」Dr.マイズナー流 口コミを生むためにやるべき。

楽天市場「ソーシャルメディアクチコミ分析入門」12件 人気の商品を価格比較・ランキング・レビュー・口コミで検討できます。ご購入でポイント取得がお得。セール商品・送料無料商品も多数。「あす楽」なら翌日お届けも可能です。

【ソーシャルメディアクチコミ分析入門】などの古本、中古本の買取や購入は日本最大級のコミック通販サイト ネットオフをご利用ください。ご自宅で本の買取が依頼できる『本&DVD買取コース』や『ポストにポン買取』など宅配買取サービスも充実。古本のほかにも中古CD/DVD、中古ゲームなど40万タイトル/100万点の品揃えで、1600円以上で送料無料!

2007年8月22日・時代はニュースクリップからクチコミクリップへ。これまでも、企業発の手前味噌で一方通行な商品・サービス情報より、マスメディア発の記事の方が信頼されていました。それは、記者と

いう第三者の目を通じて評価された情報だからです。そのため、ユーザーが紹介記事を集めてニュースクリップとしてまとめて読んだり、企業が紹介記事集としてユーザーに発信することは有効でした。しかし、「爆発するソーシャルメディア」時代を迎えて、賢い生活者は、マスメディアに変わる「もう一つの重要な情報源」を得。

2017年1月6日・中国在住経験を持ち、中国のインターネット、ソーシャルメディア事情に詳しい和田亜希子さんが、毎回中国向けビジネスに取り組むマーケターのための情報を分かりやすくまとめてご紹介する、読んですぐに実践できる「中国マーケティング」入門ガイドです。.. 例えば日本料理店が既に飽和状態となっているエリアとそうでないエリアがわかりますし、日系で成功しているチェーン各店舗の口コミを分析することで、中国市場進出で留意すべきポイントや、中国人が日系飲食チェーンに何を期待しているのかも。

クチコミ@係長(株式会社ホットリンク)・@kakaricho_jp. ホットリンクが提供するソーシャル・ビッグデータ流通とAIを活用した分析ソリューション「クチコミ@係長」の公式アカウント。#IT #SNS #人工知能 #マーケティング に関するニュースを発信しています。Tokyo-to, Japan・

hottolink.co.jp/service/kakari... Joined June 2008. 7 Photos and videos Photos and videos.

Twitterの検索結果：書籍,スマホ本体・アクセサリ,おもちゃ・知育,ジャンルで現在販売中の商品リストです。Twitter買うならお得で楽しいネットショッピングQoo10(キューテン)で国内・海外人気商品が激安。割引クーポンやタイムセールなどお得なイベントも盛り沢山！

2017年10月31日・こんにちは。ホットリンクです。今日ご紹介するのは、営業本部コンサルティング事業部部長の佐藤弘和さんです！佐藤さんは、『ソーシャルメディアクチコミ分析入門』(ソフトバンククリエイティブ刊)を発刊。

キーワード: ソーシャルメディアクチコミ分析入門 1874 件のデータのうち 0 件該当しました。大変申し訳ありませんがお探しのキーワード[ソーシャルメディアクチコミ分析入門]に該当する在庫はございませんでした。当店では新着書籍入荷の際にはメールマガジンにてお知らせをしております。よろしければご登録の上、お探しの書籍探しにご活用いただければ幸いです。電脳書房@Mail コンピュータ書籍専門の古本屋新着入荷情報などをメールマガジンでお届けしています。割引パスワードもメールマガジンの登録で入手。

データ分析を実践的に活用しているユーザー事例や最新のトレンド記事などマーケターとして知っておきたい情報を取り揃えています。

ソーシャルメディアクチコミ分析入門—Twitter /ブログ/掲示板.に秘められた生活者が本当に求めるものの見つけ方』SBクリエイティブ.下川敏雄・杉本知之・後藤昌司(2013).『樹木構造接近法』(Rで学ぶデータサイエンス 9)共立出版.人工知能学会(2005).『人工知能学事典』共立出版.新納浩幸(2007).『Rで学ぶクラスタ解析』オーム社.高村大也(2010).『言語処理のための機械学習入門』コロナ社.竹内一郎・烏山昌幸(2015).『サポートベクトルマシン』講談社.竹澤邦夫(2007).『みんなのためのノンパラメトリック回帰(上)第.

試し読み購入する. 旅靴いっぱい京都ふたたび — 文具と雑貨をめぐる旅. 堤信子・ 試し読み購入する. ぽっこりお腹凹ませ 大麦ごはん. はくばく・ 試し読み購入する. ナイト キャット. リサ・ラーソンヨハンナ・ラーソンジェームス・ブレイク角田光代・ 試し読み購入する. ソーシャルメディアクチコミ分析入門 — Twitter/ブログ/掲示板.に秘められた生. 佐藤弘和浅野弘輔成瀬功一郎・ 試し読み購入する. 10年後世界が壊れても、君が生き残るために今、身につけるべきこと 答えのない不安 — を自信に変える賢者の方法. 山口揚平.

2015年7月17日・ホットリンクのプレスリリース(2015年7月17日 13時53分)ホットリンクが執筆した[ソーシャルメディアクチコミ分析入門]、ご好評につき電子書籍化。

Working for digital marketing and Social media domain since 1997. I experienced 2 times of IPO. 1st time was in 2004 as General Manager of Opt Inc., 2nd time was in 2013 as Executive Director and COO of Hottolink Inc. From 1997 to 2007, worked for Opt Inc., one of the biggest digital marketing agency in Tokyo, as a General Manager for Sales, Marketing, Media and Mobile Division. In 2007, changed my carrier to Hottolink Inc., that was subsidiary of Opt Inc. at that time, as an.

ページ別訪問数が100万を超えました！わーい。少し前に100万PVを超えてから2ヶ月でページ訪問別数も達成しましたー。最近は、リピーターになってくれるユーザを増やそう！と思って記事を作ったりサイトデザインを変更しています。主に月間リピート数を5以上の人をどれだけ増やせるかを課題に取り組んでいます。サマリー - Google Analytics. Google Analytics サマリーデータより。0, 0.09/25/13--23:21: ソーシャルメディア クチコミ分析入門 · Contact us about this article. ソーシャルメディア クチコミ分析入門を。

2013年4月24日．皆さんは「バズる」という言葉を聞いたことがありますか？「聞いたことある！」「知っている！」という方もかなり多いのではないのでしょうか。「バズる」というのは、ソーシャル・メディアを通して口コミで情報が拡散される、という意味です。BUZZというハチが飛び回る音を表現した英語が由来となっているようで、ハチがブンブンするように、みんなが口コミでザワザワする、という様子を「バズる」というようになったみたいです。ソーシャル・メディアには様々なサービスありますが、主だったところでいいます。

2012年11月5日．企業のソーシャルメディア活用が広がるなか、運営担当者はSNSのクチコミや反響数データをチェックし、新たな施策に落とし込む作業を迅速に行うことが求められている。ユーザーローカルのソーシャルメディア解析ツール「Social Insight」はわかりやすくデータを視覚化し、行なった施策の成果をリアルタイムに知ることができるツール。今回は、総合旅行サイトを運営する楽天トラベル株式会社が「Social Insight」を導入し、どのように活用しているのかを聞いた。