



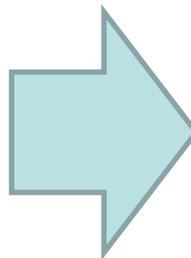
ソーシャルメディアに蓄積されたクチコミを使った商品宣伝

キーワード クチコミ、広告、ネットショップ、レコメンデーション、販売促進

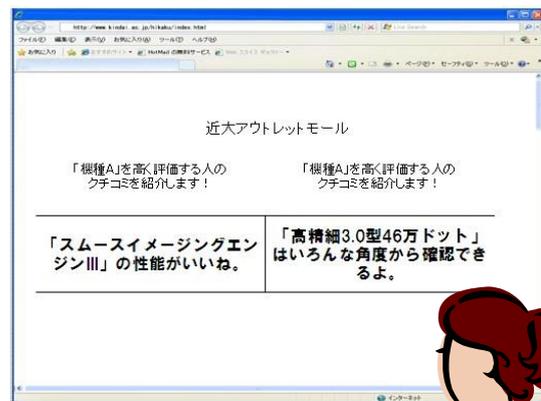
研究内容の概要： 買いたいという気持ちが高まるクチコミの種類を、個々の消費者について予測する方法を開発しました。

消費者に合わせた情報提示

- 10「スムーズイメージングエンジンIII」の性能がいいね。
- 11「スムーズイメージングエンジンIII」は画質がきれい。
- 12「光学7.1倍ズーム」は遠くでも美しく撮れる。
- 13「高精細3.0型46万ドット」はいろんな角度から確認できるよ。
- 14「金属感・ソリッド感」はカッコいい。……



購買意欲が高まるクチコミを選択的に提示



ソーシャルメディアに蓄積されたクチコミ群

特長／効果

- 買いたいという気持ちが高まるクチコミの種類を予測します。
- 自然言語で書かれたクチコミを対象とします。
- 消費者の着目する商品属性などを考慮して、個々の消費者別に予測をします。
- 商品に関するクチコミを選択的に提示することにより、購買意欲を一層高めます。

利用／用途

- ネットショップの商品推薦におけるクチコミの利用
- 販売促進のためのパンフレット作成におけるクチコミの利用
- ソーシャルメディアに蓄積されたクチコミの価値評価
- クチコミ検索におけるランキング基準の作成

知的財産権等情報

特許出願	特開 2011-086056
論文等	7編

経営学部 経営学科 藤本 和則

URL: <http://www.kindai.ac.jp/keiei/guide/business/>

連絡先: 近畿大学 リエゾンセンター(KLC)

〒577-8502 大阪府東大阪市小若江 3-4-1

E-mail: klc@kindai.ac.jp

TEL:06-4307-3099 FAX:06-6721-2356

URL: <http://www.kindai.ac.jp/liaison>