

ソーシャルメディアの炎上を防ぐ リスクモニタリングのポイント

Tribal Media House, Inc.



■ はじめに

近年「異物混入」「情報漏洩」「商品/サービスの不満」「対応への不満」など企業に対するネガティブな声がソーシャルメディア上に投稿される事が多くなりました。

ネガティブな声が盛り上がり“炎上”という形で企業やブランドに対するイメージの毀損につながる事態も発生しております。

そのようなリスクに備えて、現在多くの企業はソーシャルメディア上のリスクモニタリングを強化し、通常時のクチコミを把握しています。

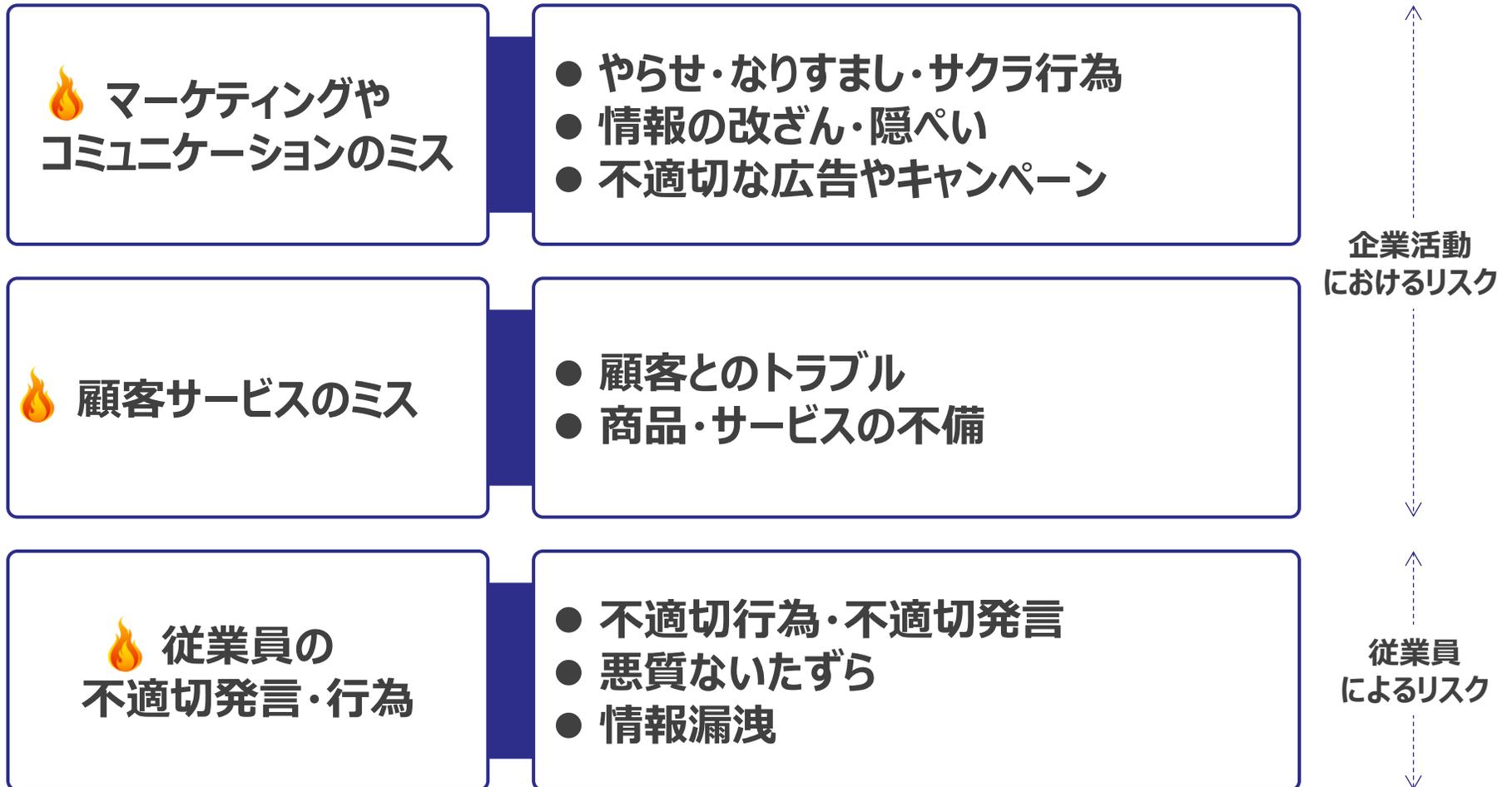
今回の資料では、弊社の支援実績からリスクモニタリングを行うにあたって重要なポイントをまとめさせていただきました。問題が起こる前に体制を整えておきましょう。

この資料が、皆様のお仕事の参考になれば幸いです。

株式会社トライバルメディアハウス ブームリサーチ担当チーム

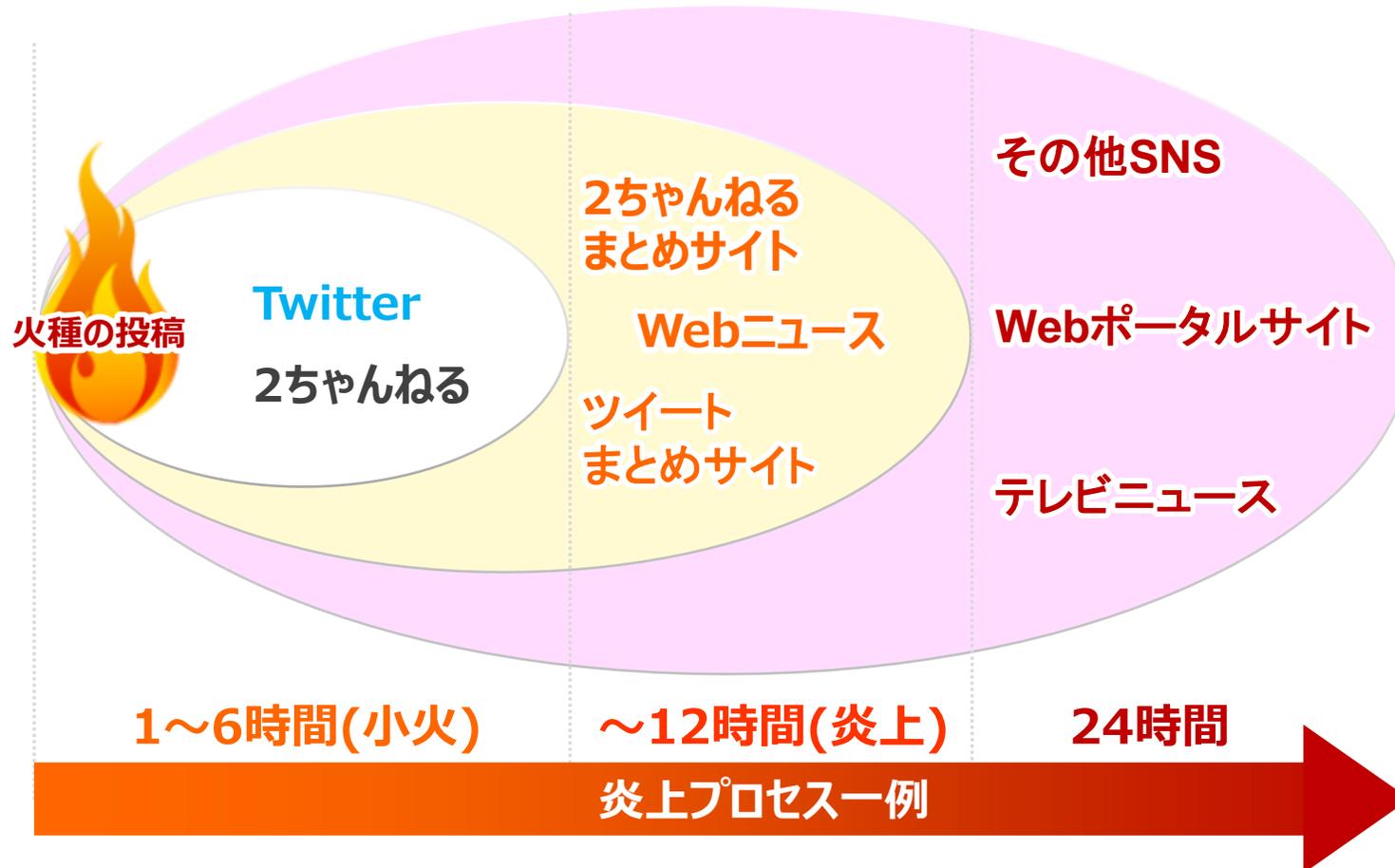
■ ソーシャルメディア上で近年発生しやすいパターン

ソーシャルメディア上には自社の評判など様々なパターンは大きく分けて以下の3つです。
発生し得る火種を想定し、それぞれに対してどのように対応するのかを考えましょう。



■ リスク対策における重要メディア

“火種”発生後に話題の拡散を助長する主なメディアはTwitter/2ちゃんねるです。
そのため、“Twitter”と“2ちゃんねる”上でネガティブなクチコミの
モニタリング体制を徹底する事が重要になります。



リスクモニタリングのポイント

Tribal Media House, Inc.



■ リスクモニタリングする上で必要な5つのポイント

1

最適なモニタリングツールの選定

2

リスク要因とみなすクチコミ条件の選定

3

炎上の火種をキャッチするアラートメール設定

4

リスク要因のクチコミ状況を社内共有

5

リスク発生時のエスカレーションフローの確立

①最適なモニタリングツールの選定

リスクモニタリングツールを選ぶ際、重要なポイントは以下の3つです。

①全量データの収集機能

Twitter、2ちゃんねるの動向を漏れなく把握



②アラートメール機能

クチコミ件数などに異常値が起こった際にいち早くキャッチ




ツイート件数が急激に増加



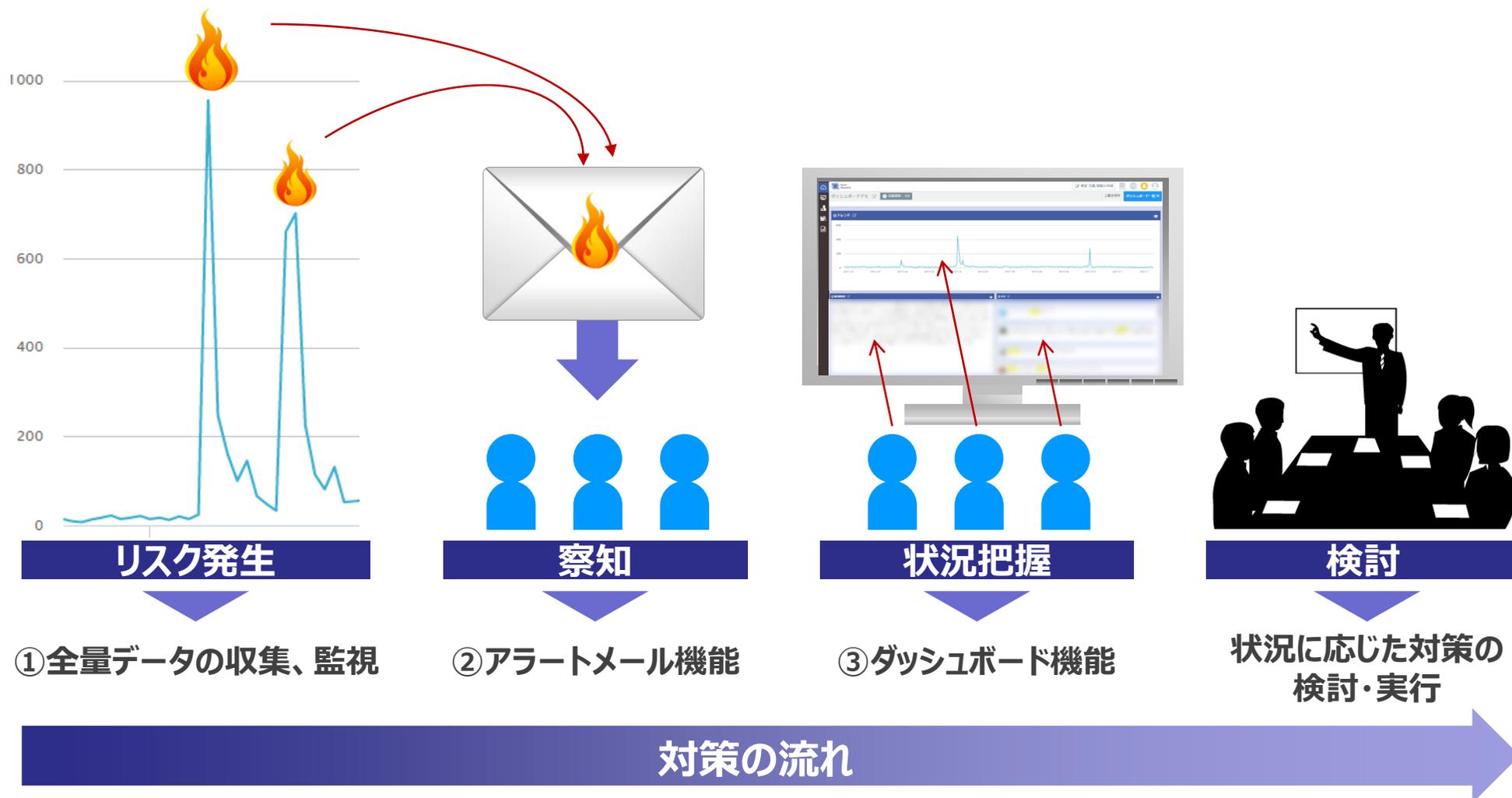
③ダッシュボード機能

リスク要因のクチコミ件数や内容をリアルタイムに複数人メンバーで共有



■ ①最適なモニタリングツールの選定

「①全量データの収集、監視機能」「②アラートメール機能」「③ダッシュボード機能」が揃うと、
リソースを掛けずに自動で察知し構築できる体制が整います。



■ ②リスク要因とみなすクチコミ条件の選定

業種業態も違えば、キーワードも異なります。
リスク要因とみなすクチコミの選定を行いましょう。

“食品業界”のキーワード例

ハイリスク キーワード例 (1件でもあれば送付)

異物混入

虫

事件

プラスチック

ごみ

髪の毛

クチコミ例

- の商品を買ったら**異物混入**してた
- を食べようとしたら**虫**がはいていた
- の商品で食中毒**事件**発生
- の商品に**プラスチック**片が入ってた
- 髪の毛**が入ってた。●●●の商品はもう買わない

ネガティブ キーワード例 (ネガティブなクチコミが一定条件に達したら送付)

まずい

買わない

最悪

嫌い

ダメ

怪しい

クチコミ例

- の商品は**まずい**
- 最悪**。こんなに**まずい**なんて。
- ダメ**だわ。●●●の商品はもう**買わない**
- まずくて●●●の商品、**嫌い**になった
- の商品**怪しい**臭いがする

■ ③ 炎上の火種をキャッチするアラートメールの設定

設定した条件に合致したクチコミが急激に盛り上がった際、ハイリスクな書き込みが1件でもあれば、複数人にアラートメールを送付することができます。

ハイリスク キーワード

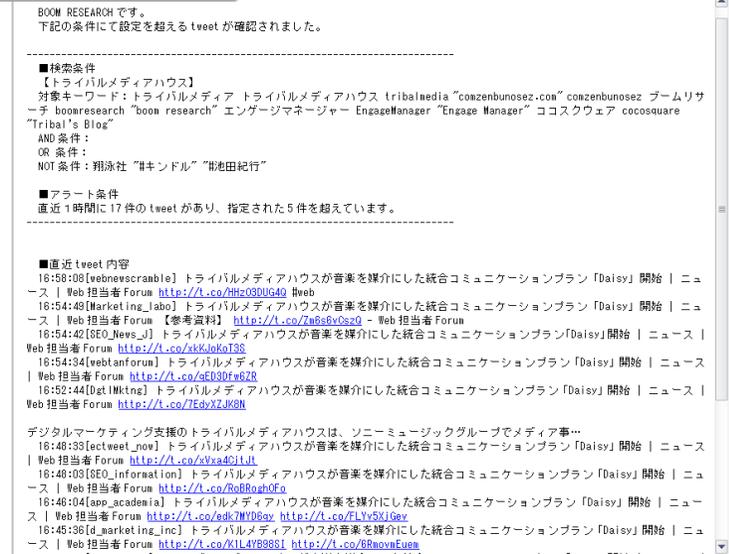
普段書き込みこまれることがない重要度の高いネガティブなクチコミが**1件**でもあれば送付。

ネガティブ キーワード

ネガティブなクチコミが一定条件に達したら送付。

- ・1時間あたり**50件**に達したら送付
- ・通常時の**3倍**に達したら送付

送付

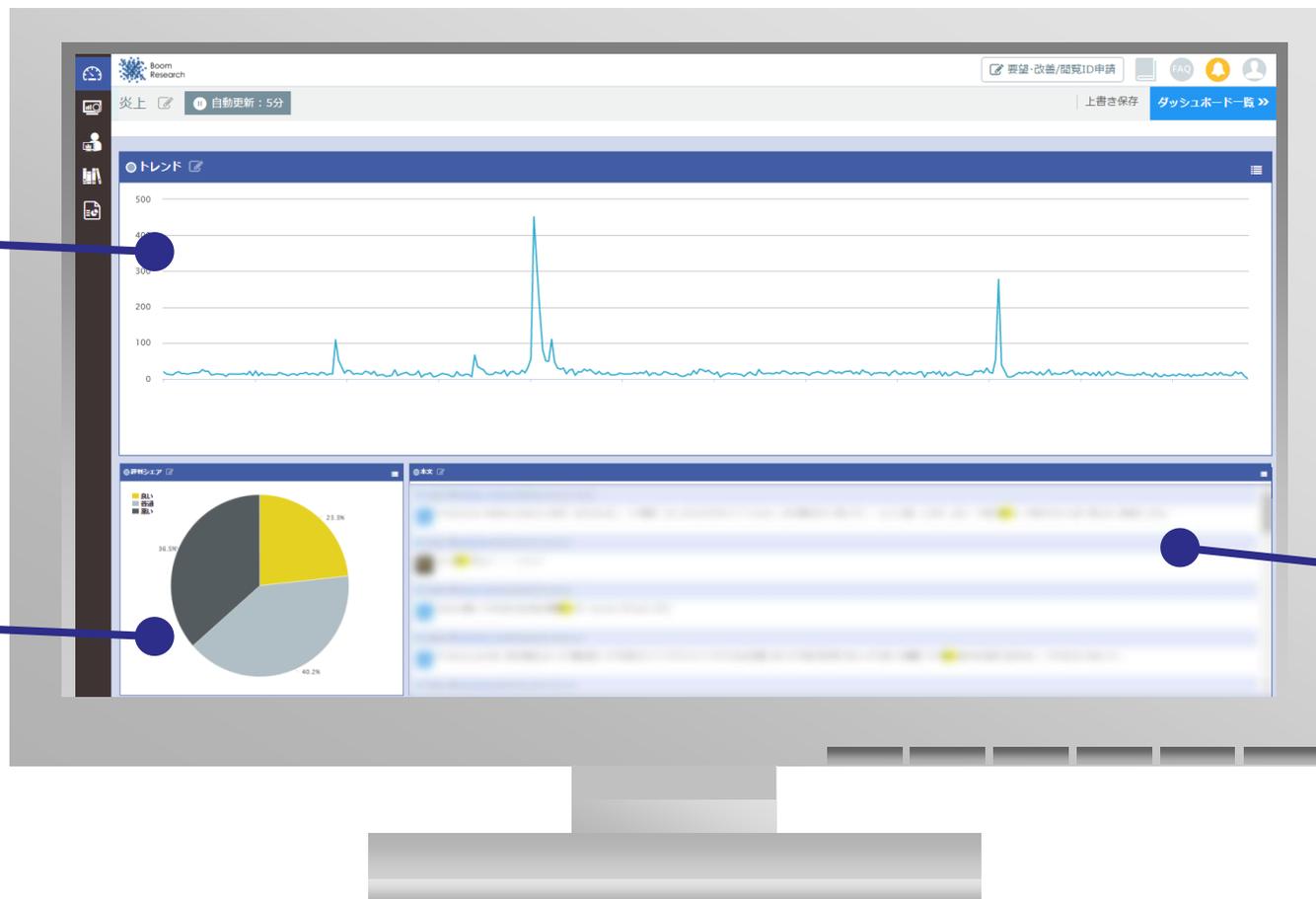


■ ④ リスク要因のクチコミ状況を社内共有

クチコミ状況をダッシュボードに保存し複数人でリアルタイムにモニタリングできます。
複数人でモニタリングすることでリスク要因のキーワードを発見・共有する事ができます。

クチコミ件数
の
把握

ポジティブ
ネガティブ
の
評判把握



クチコミ本文
の
把握

※ダッシュボードとは…設定した条件の分析結果が、株価のチャートのように、リアルタイムにモニタリングすることができる機能。

■ ⑤ リスク発生時のエスカレーションフローの確立

あらかじめ連絡する部署、ガイドライン、エスカレーションフローを決めておくことで
問題を最小限に抑える事が可能です。

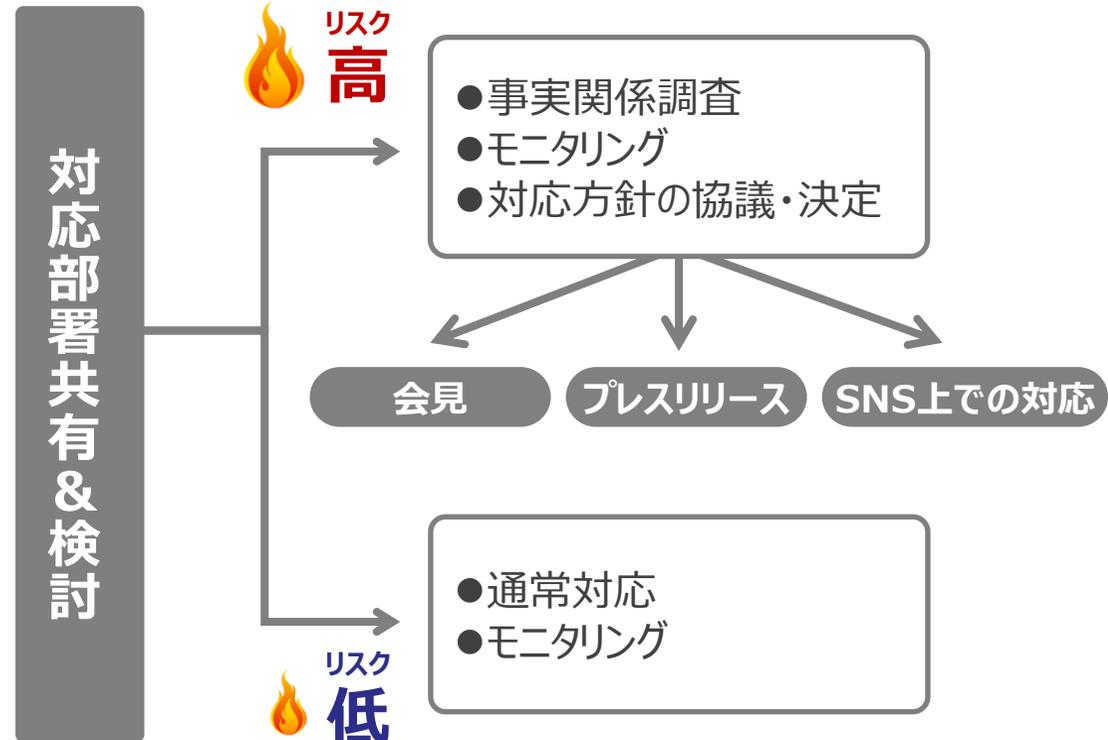
▼ エスカレーションフローの例

ツイート件数が急激に上昇



規定のガイドラインに則ってリスク判定
問題の深刻度、種類によって早急対応

問題の深刻度



今回の資料では、弊社の支援実績からリスクモニタリングを行うにあたって重要なポイントをまとめさせていただきました。

ネガティブな声が広がり“炎上”が起こった際、いかに迅速かつ適切な対応をするかが企業のブランドイメージを左右します。

リソースを掛けずに自動で察知し構築できる体制を整えておくことで、何か問題が起こった際、迅速に対応することができます。

リスクモニタリングを行う皆様に弊社の支援実績から、リスク要因とみなすクチコミ条件の選定や、アラートメール機能の設定までサポートをさせていただきますのでお気軽にお声掛けください。

この資料が、皆様のお仕事の参考になれば幸いです。

株式会社トライバルメディアハウス ブームリサーチ担当チーム

ソーシャルリスニングツール 「ブームリサーチ」のご紹介

Tribal Media House, Inc.



■ 「ブームリサーチ」の概要

ブームリサーチとは…

Twitterやブログなどのソーシャルメディア上のクチコミをリアルタイムに収集・分析・共有できるASPツールです。
 “自社商品・サービスのクチコミ”や、“ソーシャルメディア上のトレンド”の分析・モニタリングを強力にサポートします。



12万円からの月額料金で、国内のソーシャルデータを自由に分析可能

■「ブームリサーチ」の特徴①

分析できるソーシャルデータの対象は、様々なメディアを対象とし、国内最大規模を誇ります。
また、Twitterは全ツイートデータをカバーしており、過去のクチコミも自由に分析可能です。
国内最大掲示板「2ちゃんねる」のデータも独占提供しております。

ブログ（国内主要ブログ90%以上をカバー）

2006年11月～



Twitter

2011年1月～



2ちゃんねる

2006年11月～



Facebook

過去データなし



Q&Aサイト

2006年11月～



(旧 Yahoo! 掲示板)

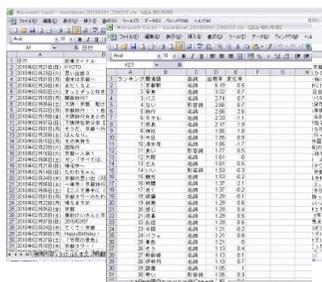
※Facebookのデータ収集は現在停止しております。

■「ブームリサーチ」の特徴②

分析結果のレポート機能をはじめ、アラートメールやダッシュボードなど、クチコミ状況を共有するのに役立つ機能が搭載されています。

①データ出力

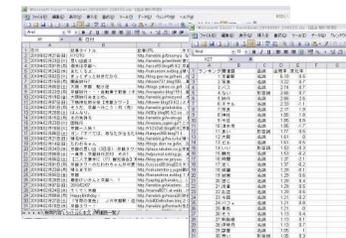
分析した結果は、ワンクリックでExcelやCSVのデータ形式で出力できます。



1	A	B	C	D
2	発表開始日	発表終了日	男性の件数	女性の件数
3	2015/5/1 00:00	2015/7/31 23:59	2591	769
4				
5			男性	女性
6	2	2015/6/1 0:00	1	2
7	3	2015/6/2 0:00	4	1
8	4	2015/6/3 0:00	2	3
9	5	2015/6/4 0:00	2	4
10	6	2015/6/5 0:00	3	4
11	7	2015/6/6 0:00	1	2
12	8	2015/6/7 0:00	1	7
13	9	2015/6/8 0:00	7	10
14	10	2015/6/9 0:00	1	7
15	11	2015/6/10 0:00	4	8
16	12	2015/6/11 0:00	2	9
17	13	2015/6/12 0:00	3	2
18	14	2015/6/13 0:00	2	8
19	15	2015/6/14 0:00	2	3
20	16	2015/6/15 0:00	2	5
21	17	2015/6/16 0:00	1	3
22	18	2015/6/17 0:00	2	12
23	19	2015/6/18 0:00	4	10
24	20	2015/6/19 0:00	3	4
25	21	2015/6/20 0:00	2	1
26	22	2015/6/21 0:00	18	44
27	23	2015/6/22 0:00	12	39
28	24	2015/6/23 0:00	5	25

②週次/月次 自動レポート

指定した曜日や日付に、自動的に週次・月次レポートを送信してくれる機能です。レポートは複数のメールアドレスに送ることができます。

③アラートメール(Twitterのみ)

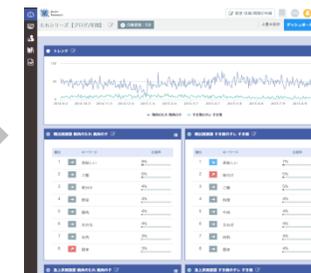
ツイート件数に異常な盛り上がりが出現した際に、アラートメールを送信してくれる機能です。炎上の火種を素早くキャッチできます。



ツイート件数に異常値が出現

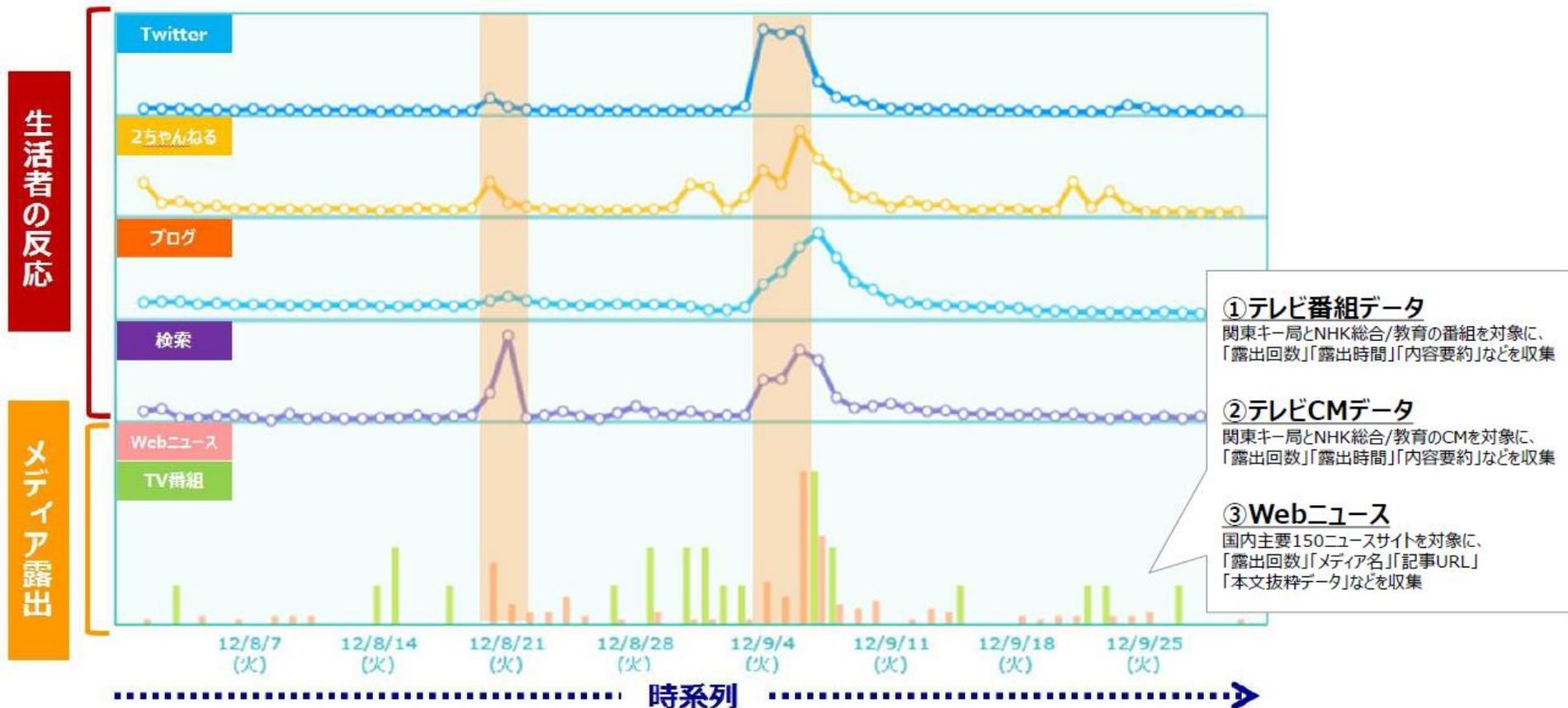
④ダッシュボード機能

クチコミ状況をダッシュボードに保存し、複数人数でリアルタイムにモニタリングできます。



■ クロスメディア分析

ブームリサーチには、テレビ・Webニュースの露出に対して、クチコミ数と検索数がどのように反応したのかを調べることができるクロスメディア分析が含まれています。各メディア露出に対する生活者の反応を簡単にモニタリングすることが可能です。



会社概要

会社名	株式会社トライバルメディアハウス/ Tribal Media House, Inc. URL : http://www.tribalmedia.co.jp	 Tribal Media House
本社所在地	〒104-0061 東京都中央区銀座二丁目15番2号 東急銀座二丁目ビル	
資本金	37,000,000円 (2015年1月1日現在)	
設立日	2007年3月22日	
執行体制	<p>代表取締役社長： 池田 紀行</p> <p>取締役/コンサルティング営業部長： 佐藤 譲太郎</p> <p>取締役/経営企画室長： 八木 宣成</p> <p>取締役： 石黒 不二代 (ネットイヤーグループ株式会社 代表取締役社長兼CEO)</p> <p>取締役： 佐々木 裕彦 (ネットイヤーグループ株式会社 取締役兼SIPS事業部長)</p> <p>監査役： 塚原 美一</p>	
事業内容	<p>デジタルマーケティングコンサルティング事業</p> <p>プロモーション事業</p> <p>マーケティング支援ツール開発・販売事業</p>	
主な株主構成	ネットイヤーグループ株式会社及び当社役員	

【著作紹介】



『次世代共創マーケティング』
池田紀行、山崎晴生
共著ソフトバンククリエイティブ
2014年1月出版



『ソーシャルメディアマーケター美咲』
池田紀行著
翔泳社
2011年3月出版



『音楽の明日を鳴らす』
高野修平著
エムオン・エンタテインメント
2012年9月出版



『Facebookマーケティング戦略』
トライバルメディアハウス著
翔泳社
2011年7月出版



『ソーシャルメディア白書2012』
トライバルメディアハウス+
クロス・マーケティング編著
翔泳社・2012年2月出版



『ソーシャルインフルエンス』
池田紀行著
アスキー新書
2012年6月出版

リスクモニタリングのお問い合わせは、こちらまでお気軽に!!



03-6369-0800

担当：井福・佐藤・望月

e-mail : info@boom-r.jp

Web : <http://boomresearch.tribalmedia.co.jp/>

株式会社 トライバルメディアハウス
〒104-0061 東京都中央区銀座2-15-2
東急銀座二丁目ビル
TEL : 03-6369-0800

Tribal Media House, Inc.

