

メディアにおける顧客体験と エンゲージメントの最適化

2018/10/3

日本経済新聞社 デジタル事業BtoCユニット

山内 秀樹

日経電子版は有料会員60万人、会員400万人突破



- 2010年3月創刊（9年目）
- 有料会員60万人、電子版会員350万人
- デジタルファーストでニュース提供
 - 1日に約900本（朝刊・夕刊300本＋電子版の速報や独自記事が600本）
 - 新聞記事を流すのではなく電子版が中心、記事出稿を前倒して流す
- 生産性高める機能
 - アプリやMyニュース、ビジネス専門機能（人事ウォッチなど）

コアなビジネスパーソン ～読者プロフィール

日経電子版の読者は、
ハイクラスで良質なコンシューマーです。

平均世帯年収

856.0万円

世帯収入1,000万円以上は29.5%
非読者:588.5万円

平均貯蓄総額

2259.3万円

60代以上では
貯蓄平均:3552.8万円以上
非読者:1510.6万円

勤務先での役職

約7割が役職者

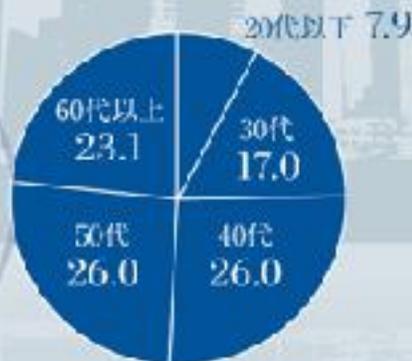
部長以上の役員、
経営者は28.7%
非読者の役職者は33.4%



30～50歳代

69.0%

平均年齢:49.5歳

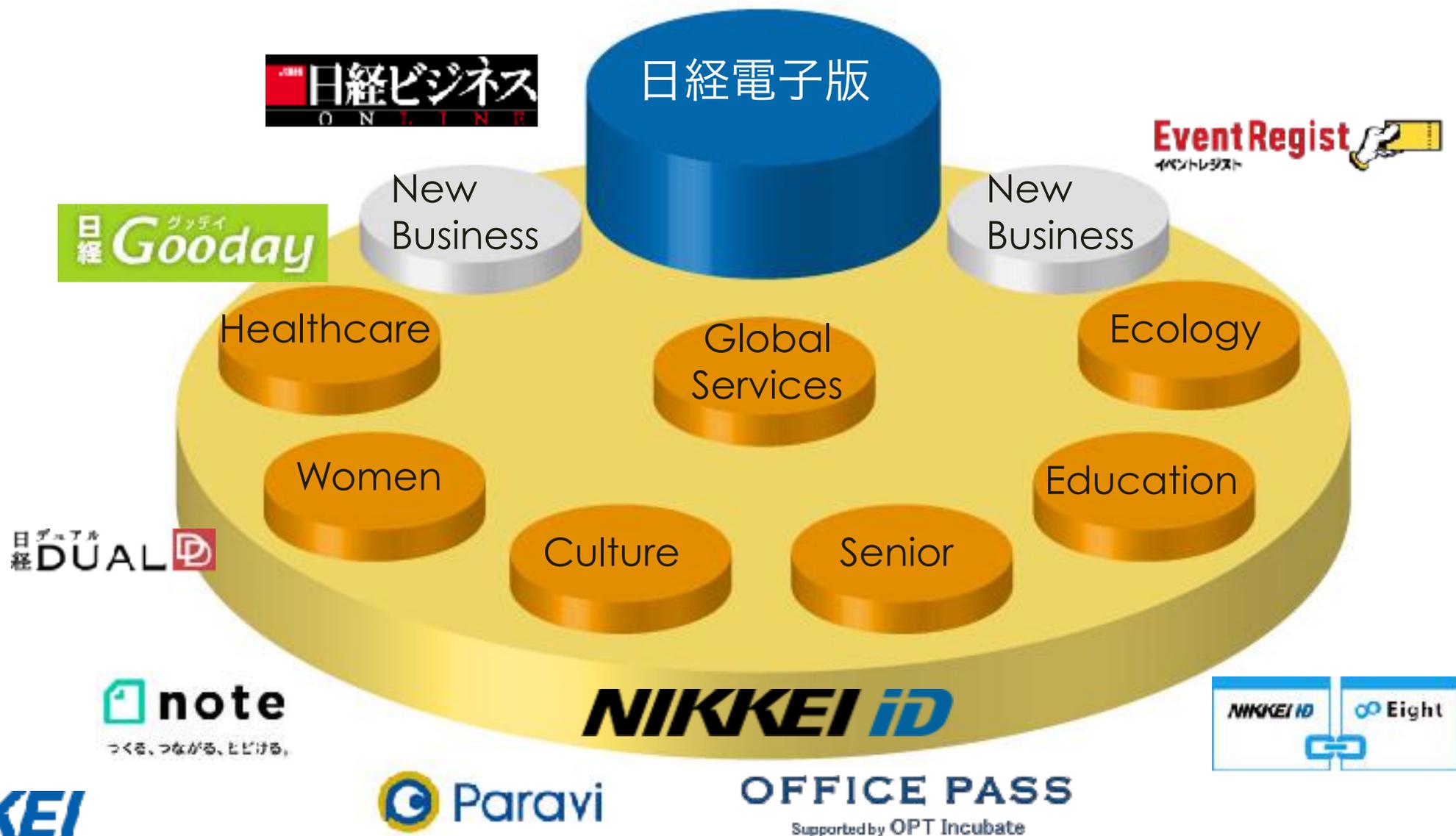


性別

男性 86.5%

女性 13.5%

日経IDで広がるデジタルサービス



よろしくお願ひします



山内 秀樹

(やまうちひでき)

2000年日経入社

ずっとデジタル畑

- ・ ネット黎明期のメディア開発
- ・ 電子版創刊とデジタルシフト
- ・ 日経ID立ち上げとその活用
- ・ いまはデータにフォーカス

今日お話しすること

- ①メディアがデータをみる目的
～オーディエンスエンゲージメント
- ②データドリブンをどう広めるか
～データを集める&見える化
- ③なぜDOMOにしたか

①メディアがデータをみる目的
～オーディエンスエンゲージメント

②データドリブンをどう広めるか
～データを集める&見える化

③なぜDOMOにしたか

日経という会社は何のために存在するのか

社是

中正公平、
わが国民生活の基礎たる経済の
平和的民主的発展を期す

基本理念

わたしたちの使命は、幅広い経済情報の迅速で的確な提供や中正公平、責任ある言論を通じて、自由で健全な市場経済と民主主義の発展に貢献することである。

わたしたちは、民主主義を支える柱である「知る権利」の行使にあたって、人権とプライバシーに最大限配慮しつつ、真実の追究に徹する。

わたしたちは、社会や市場経済を左右する情報に日々接し、発信する立場にあることを深く自覚し、法令の順守はもとより、常に国際的視野に立って良識と節度を持って行動する。

わたしたちは、力を合わせて創意工夫と精進を重ねて活力にあふれた組織を築き上げ、経営の独立、安定を維持する。

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/about/media/>

我々の活動とは？

- 情報（コンテンツ）の価値を高める
- 情報提供方法をイノベーションする
- ビジネス活動を支えるインフラになる



読者・ユーザーが増える・関係が深まる
社会への影響力が高まり社会に貢献できる
(結果的に) 利益が得られて存続できる

だからこそ、データで読者・顧客を意識する

- いままでは思い先行 (プロダクトアウト)
 - 効率悪い、まったく使われない、それでも続けてしまう悪弊
- いまなら、読者をデータを介してみられる
 - 現状を直視、ちゃんと反省、改善する

だからこそ、データで読者・顧客を意識する



でも、 どうやって
意識すればいいの？

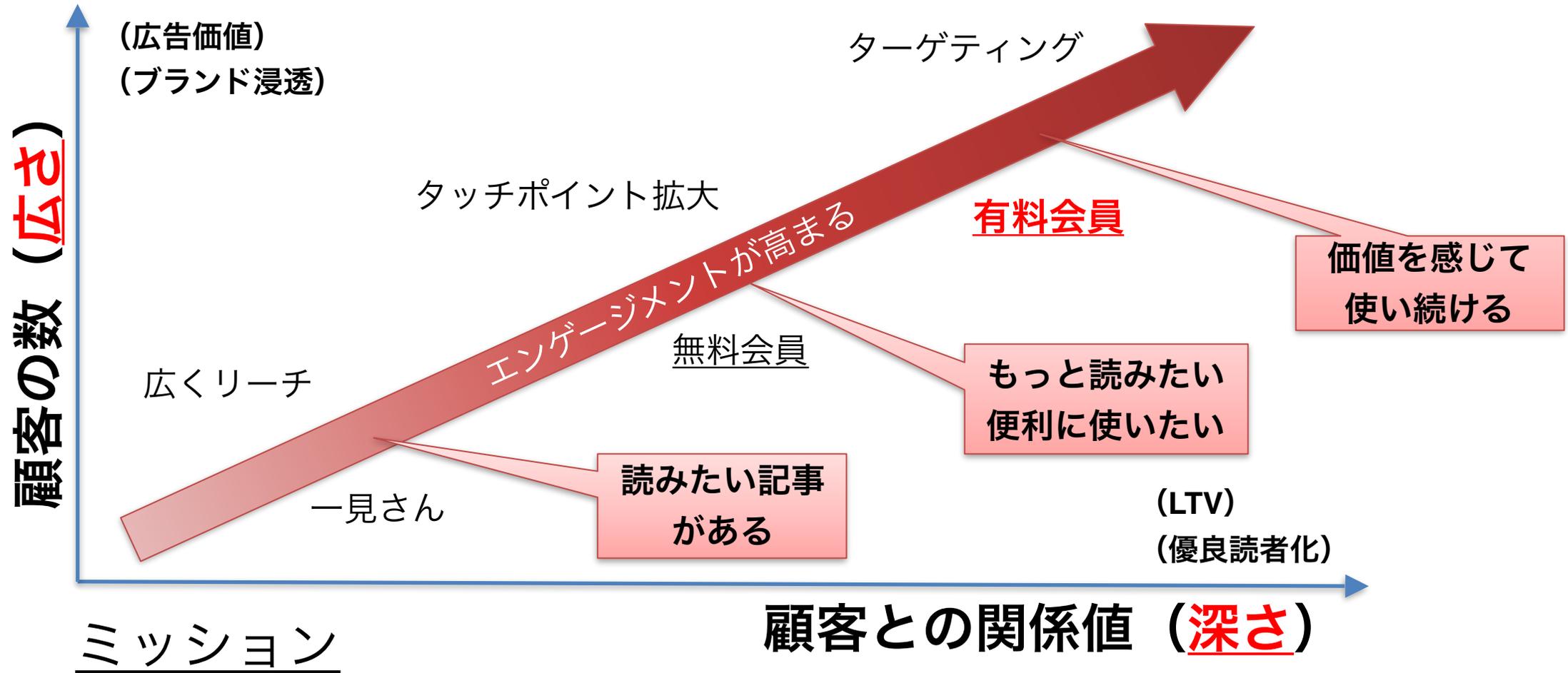
オーディエンスエンゲージメント

- 欧米メディアを中心に、読者（＝オーディエンス）のエンゲージメントを意識して高める動き
- 編集からマーケティング、販売までエンゲージ
を高めるという共通目標を定め、達成度をデー
タで見える化しようという動きが始まった

オーディエンスエンゲージメントについて

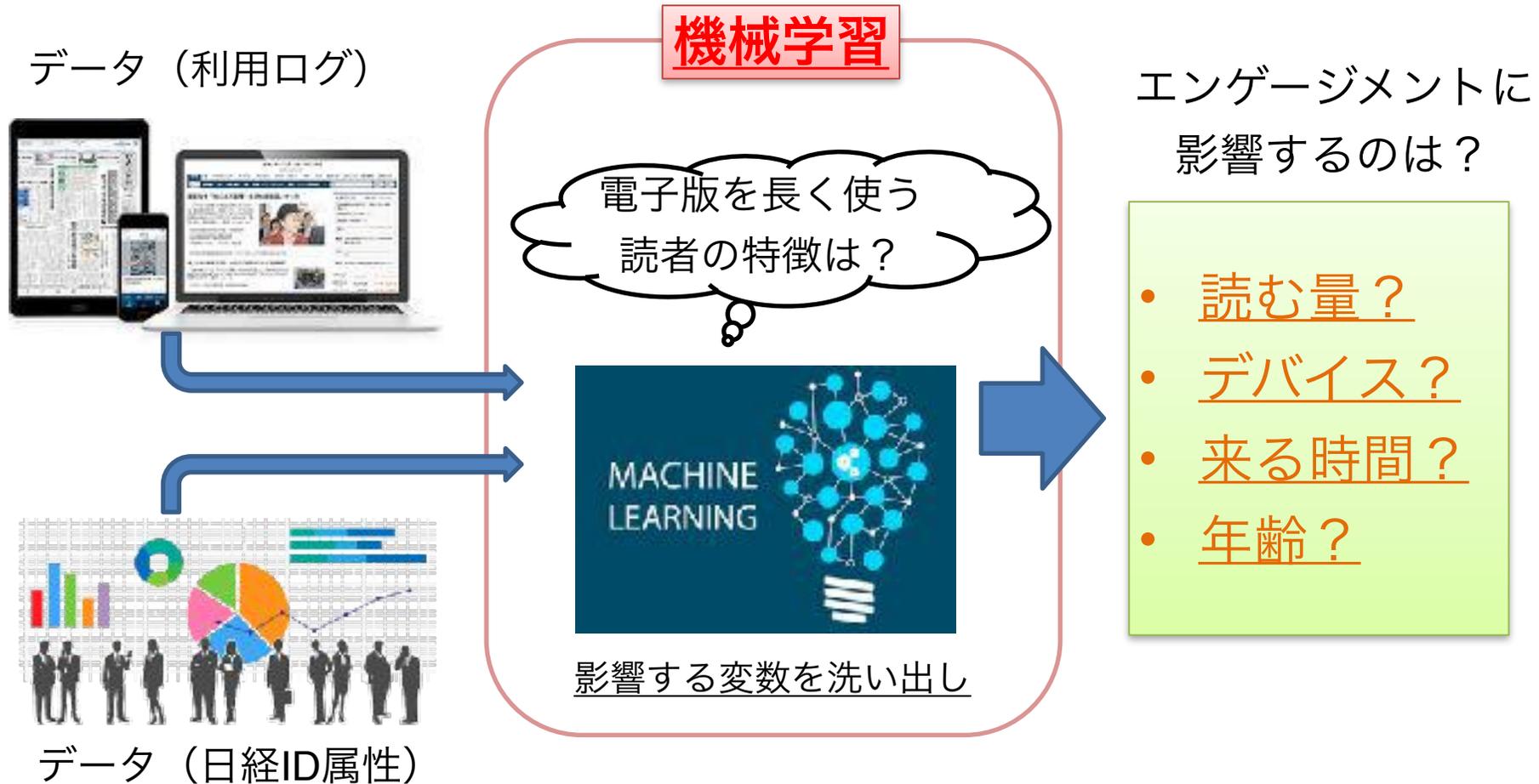
- オーディエンス（＝読者）の訪問や滞在、ソーシャルメディアでの拡散など「かかわり度（エンゲージメント）」を重視する
- エンゲージメントが高まると、媒体と読者の関係が深まる。購読者であれば解約しにくくなり、非購読者であれば有料転換する確率が高くなる

読者・顧客との関係

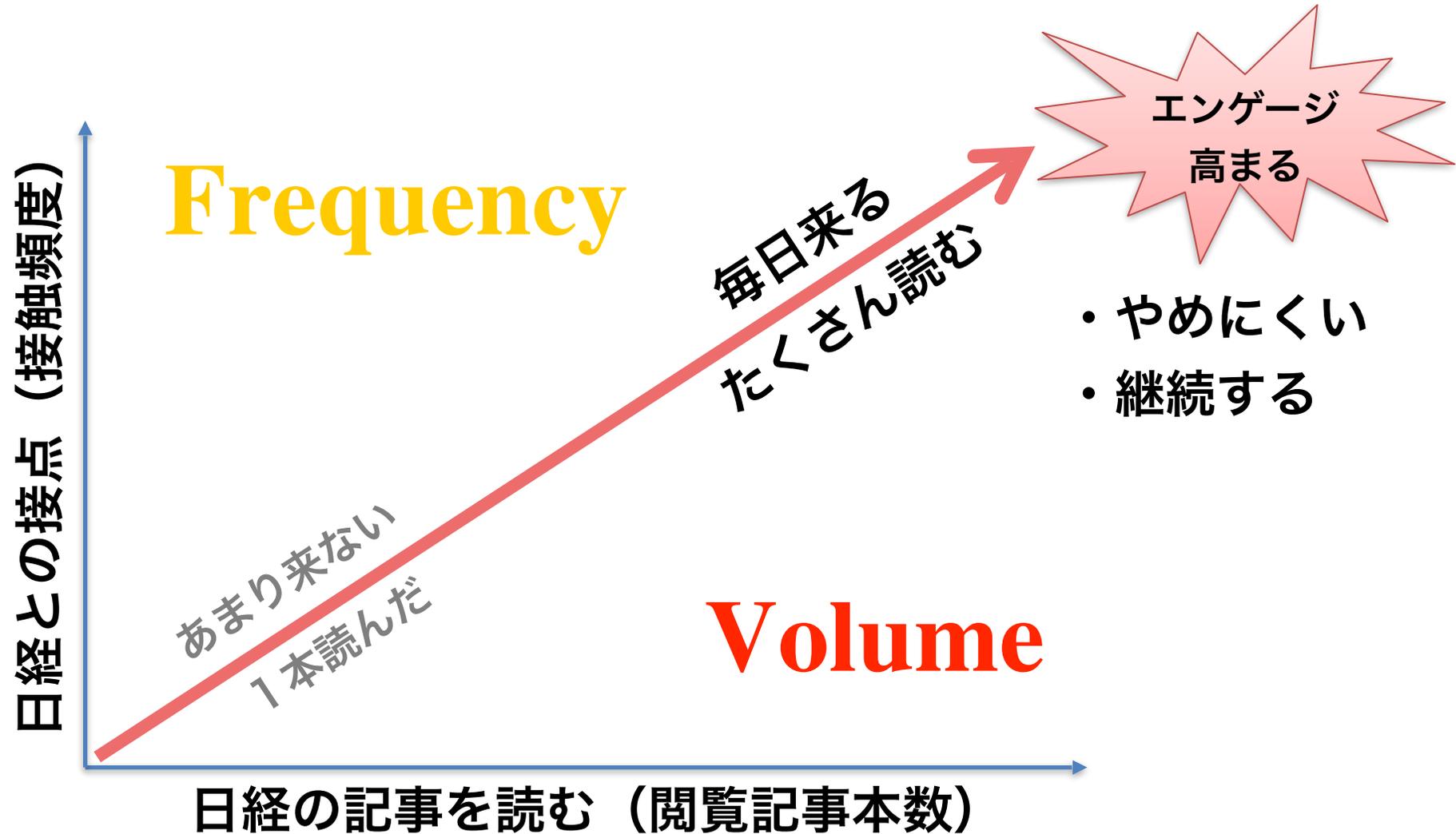


メディアパワー (質・価値) を拡大

読者とのエンゲージメントを指標化できる？



読者のエンゲージメント



Frequency $\sqrt{}$ Volume

電子版の会員ごとに、平日20日間（直近）のアクセス数から顧客スコアを算出

Frequency（訪問頻度） $F = \text{訪問日数} + \text{訪問時間数}^{3/4}$

Volume（閲覧コンテンツ本数） $V = \text{記事} + \text{株価検索など}$

エンゲージしている人が増えているかを可視化する

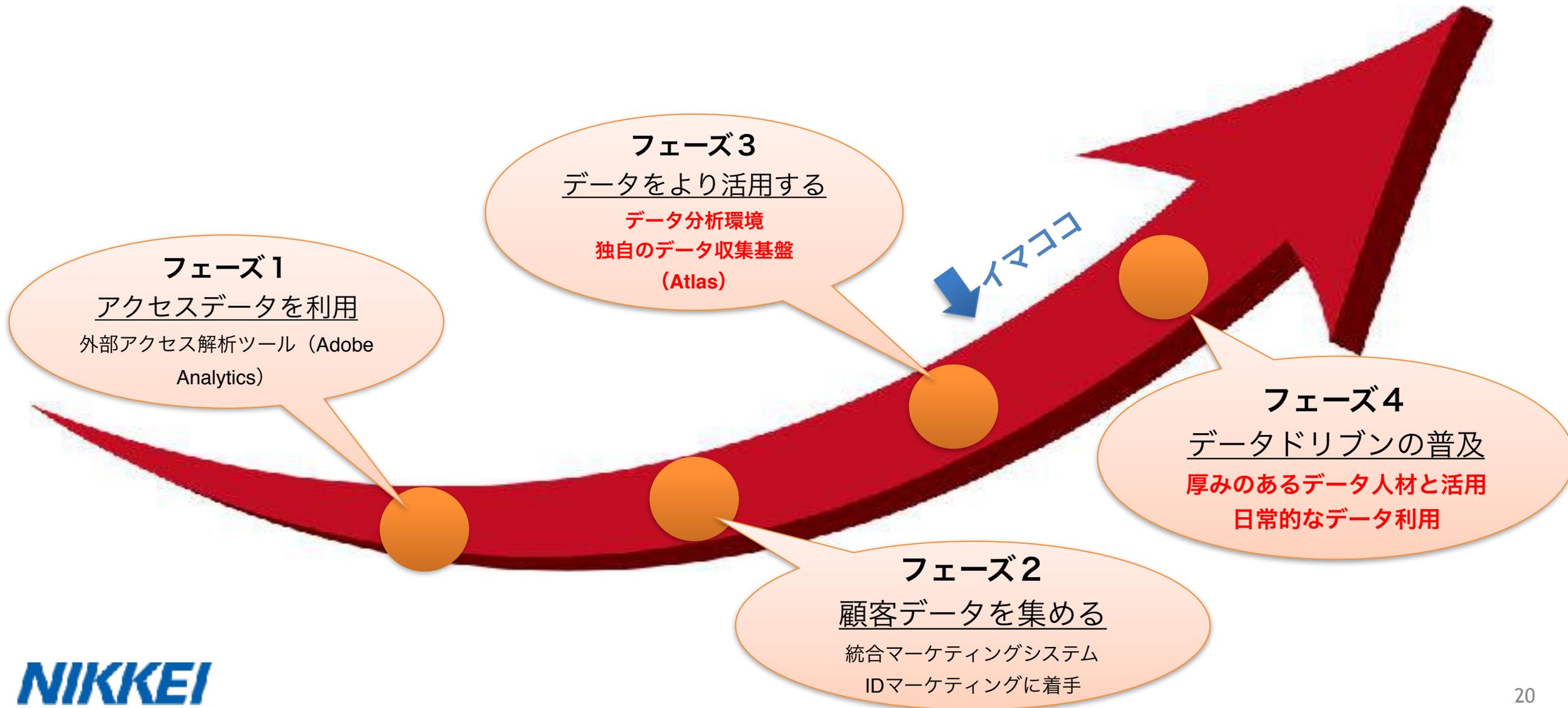


①メディアがデータをみる目的
～オーディエンスエンゲージメント

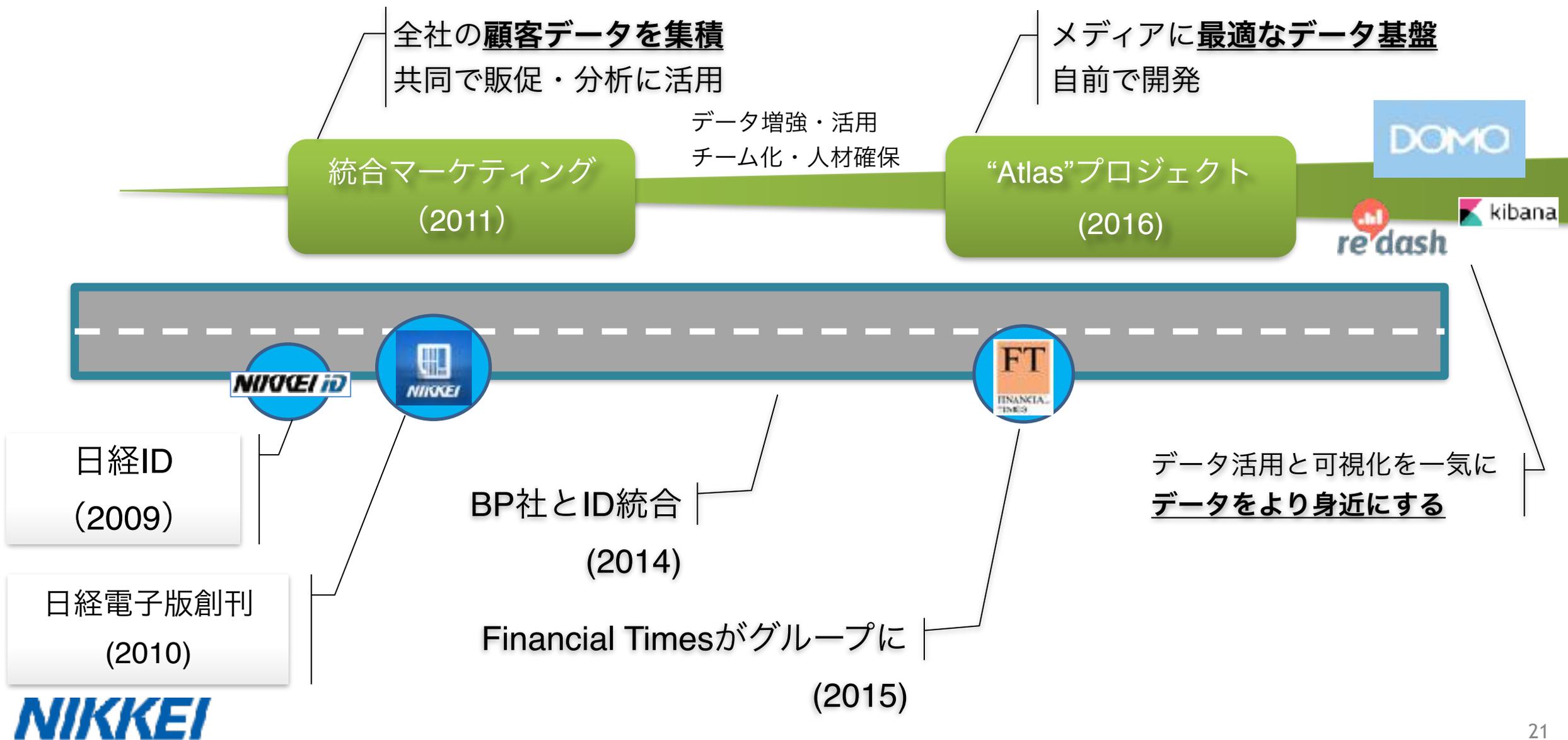
②データドリブンをどう広めるか
～データを集める&見える化

③なぜDOMOにしたか

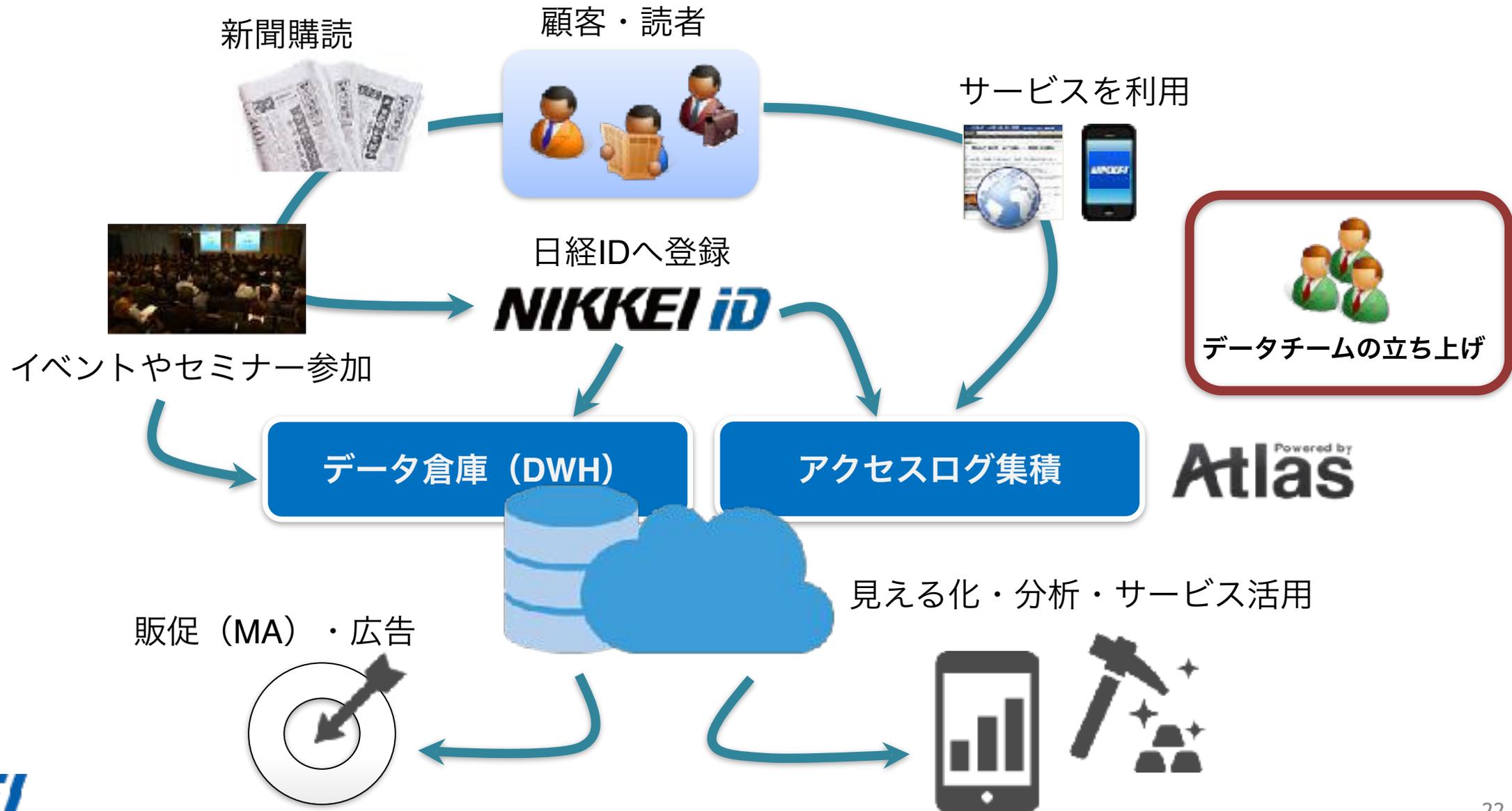
誰でもデータに触れて、活用できるようにする



道のりは長かった



まずは集める、必要なところから拡大（統合マーケティング）



データ人材を揃える（データチームを立ち上げ）

編集・デジタルなどの各部門

アナリスト

- 各部門のニーズに応える
- 統計やマーケティング

テクノロジスト

- データ収集と統合
- テクノロジーの”目利き”

サイエンティスト

- 予測モデルや指標開発
- データの切り口を探索/研究

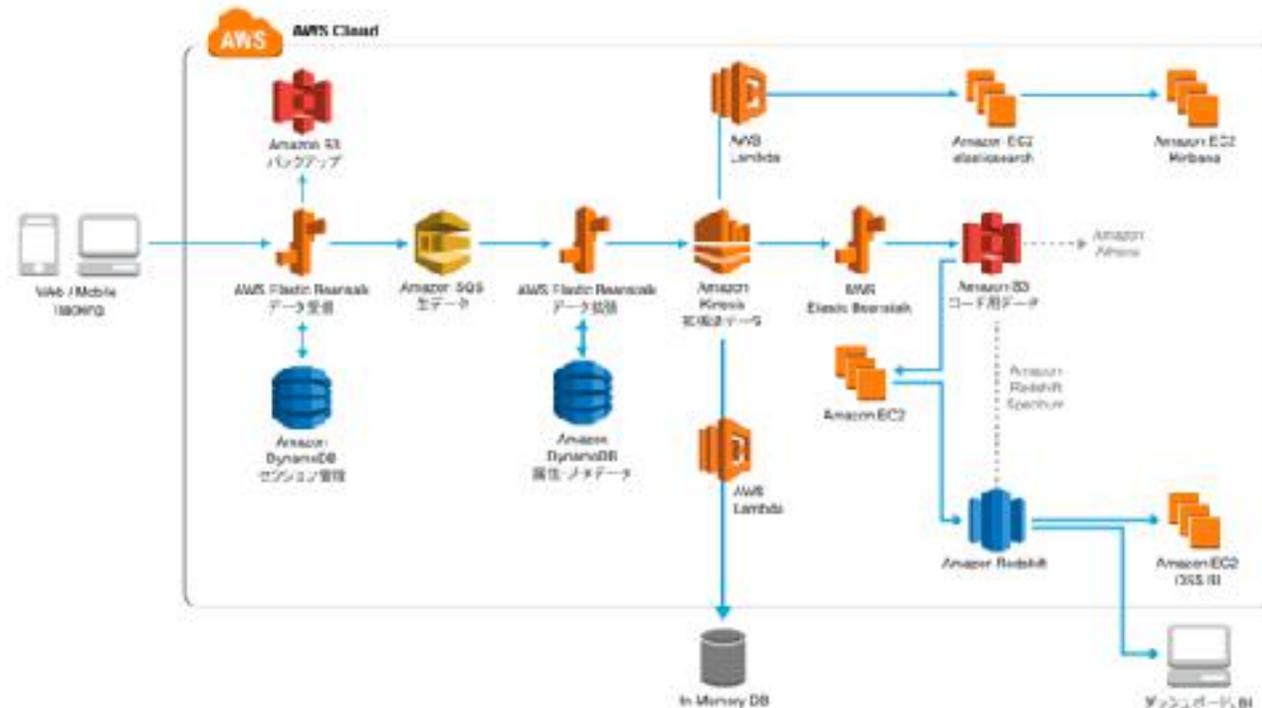
3つのスキルを持つ人材でデータドリブンを推進

インフラを整え、データを身近にする
データの使い方を実践・啓蒙・教育する

メディアに最適なデータ基盤を自前で開発 (Atlas)

- データの大動脈をつくる
 - メディアで必要なデータを収集できるツールがない
 - なので開発、クラウドをフル活用+内製
 - コスト1/10で10倍のデータ量扱える、精度も高い

Powered by
Atlas



リアルタイムでアクセスを確認する

DataSquad Screen

概況

読者属性

記事属性

流入経路

ソーシャル

デバイス別アクセス数



1分前の状況も分かる

集計期間

開始 2018-09-10 12:25:00
終了 2018-09-10 18:24:00

指標の定義

数値はページビュー数 (1ページ表示毎に1カウントアップされる)
対象は電子版PC、モバイル、電子版App、NEXT

このデータの読み方

モバイルユーザーが多い時間帯は、小さい画面でも読みやすいコンテンツを、プッシュ通知やソーシャルメディアでの発信が効果的。

Powered by
Atlas

「読了」 どこまで読んだかを把握する

どこまで表示したか
「%」で計測



最後まで読まれた記事
事进行分析

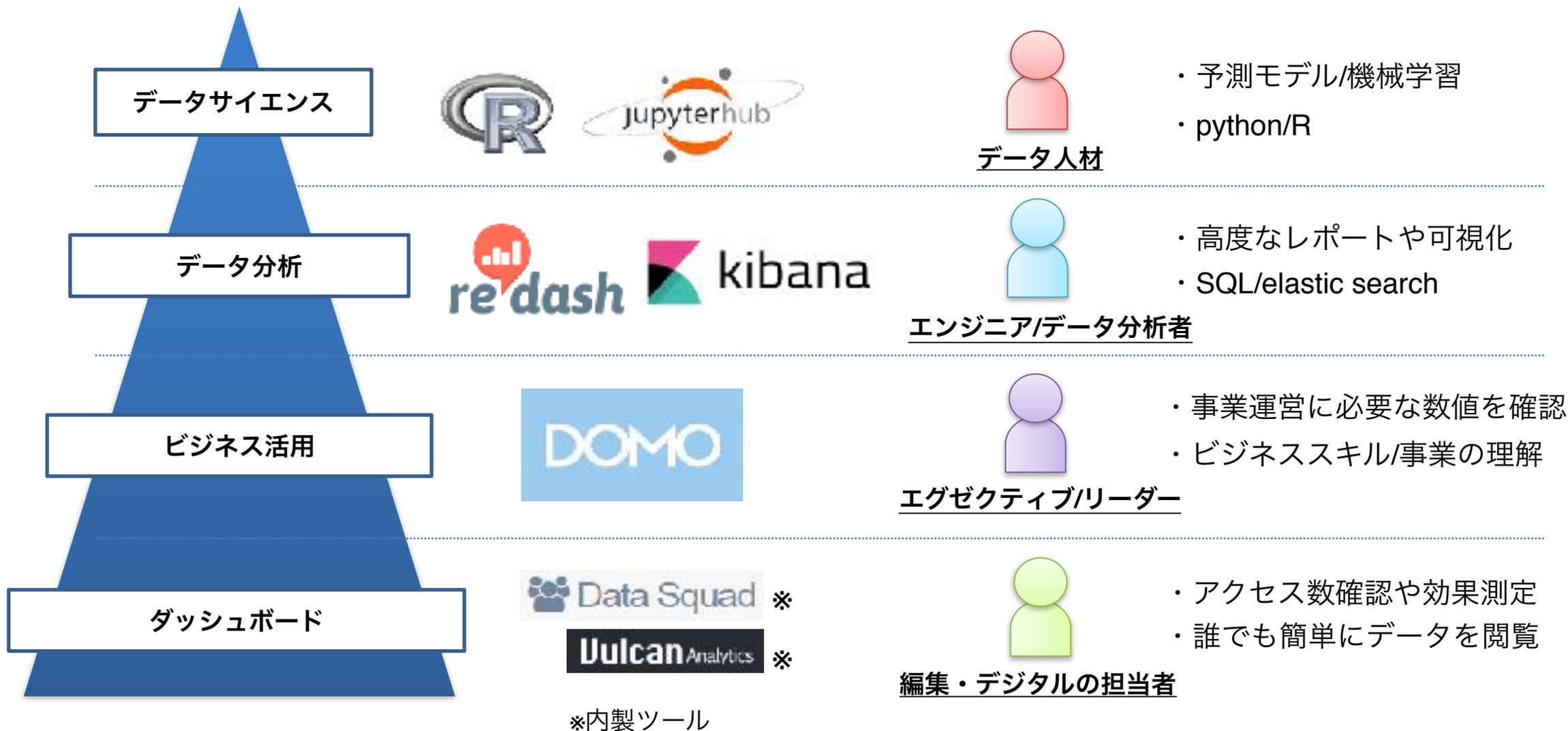
読者が最後までスクロール=
読了 (75~100%)

でも、みんなそんなに見たいとは思わないんです。



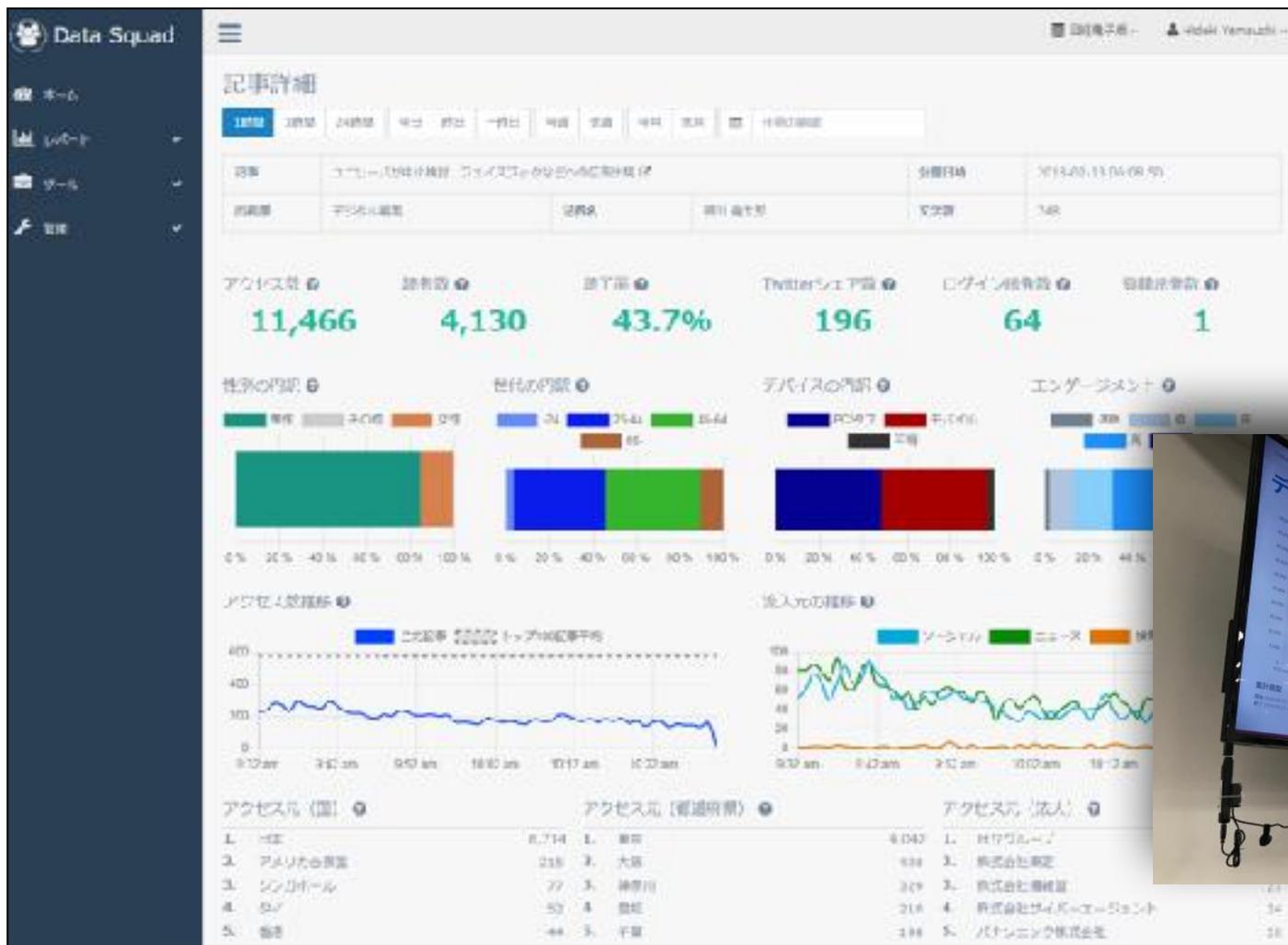
え？データみるの？
面倒くさいなー

スキルや目的別にツールを用意



必要なデータを簡単操作で (DataSquad)

- 独自開発の簡易ダッシュボード、習熟不要



わかった、データ大事だねー。

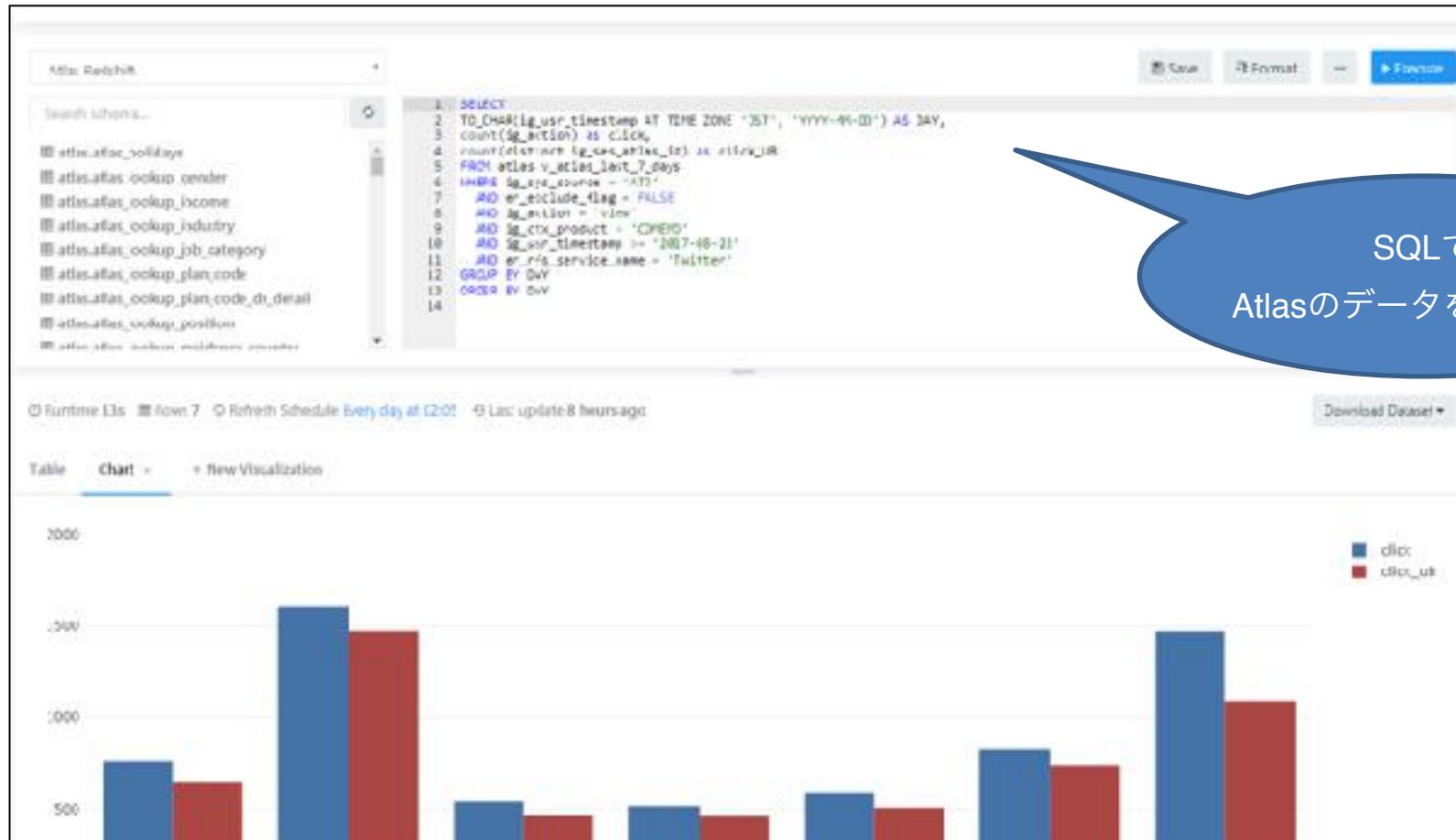


データ大事だよね
そっちで出してよー

※ 無理です

データの細部にもアクセスできる (Re:dash)

- 深掘り分析や効果検証がすぐできる

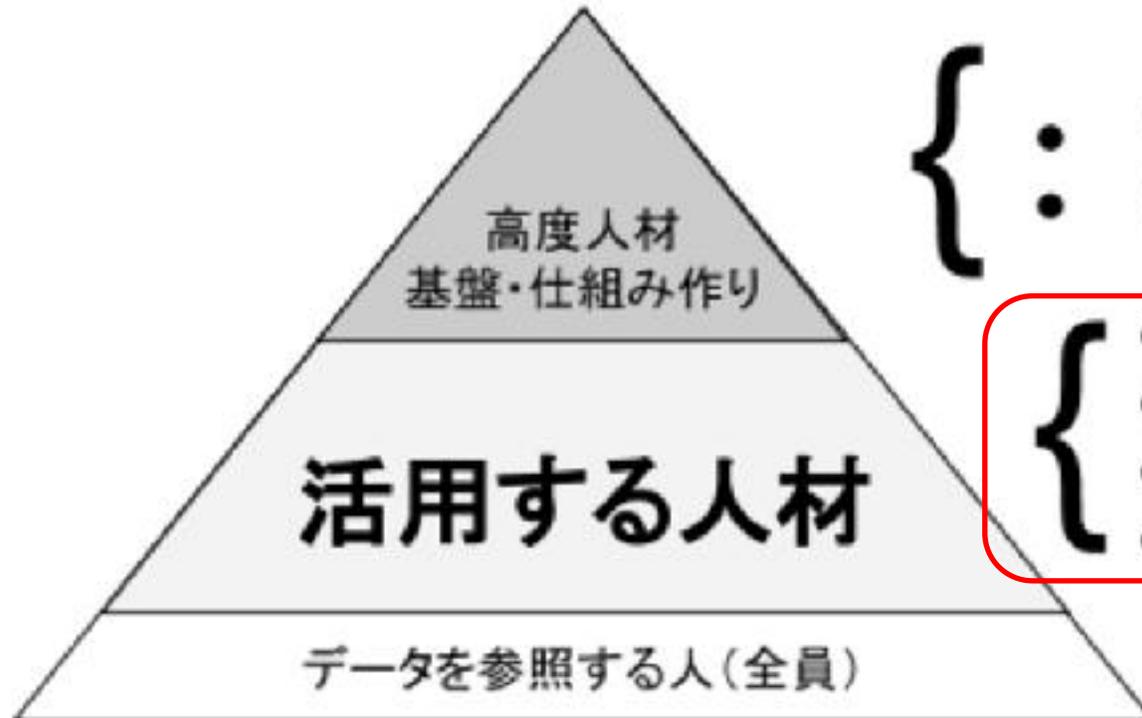


SQLで
Atlasのデータを取り出す

データを扱える人を増やす取り組みもセットで

• データ道場

– データドリブンで現場をリードする人を育てる



- データテクノロジスト
- 機械学習・人工知能エンジニア

コア人材は採用
(データチーム)

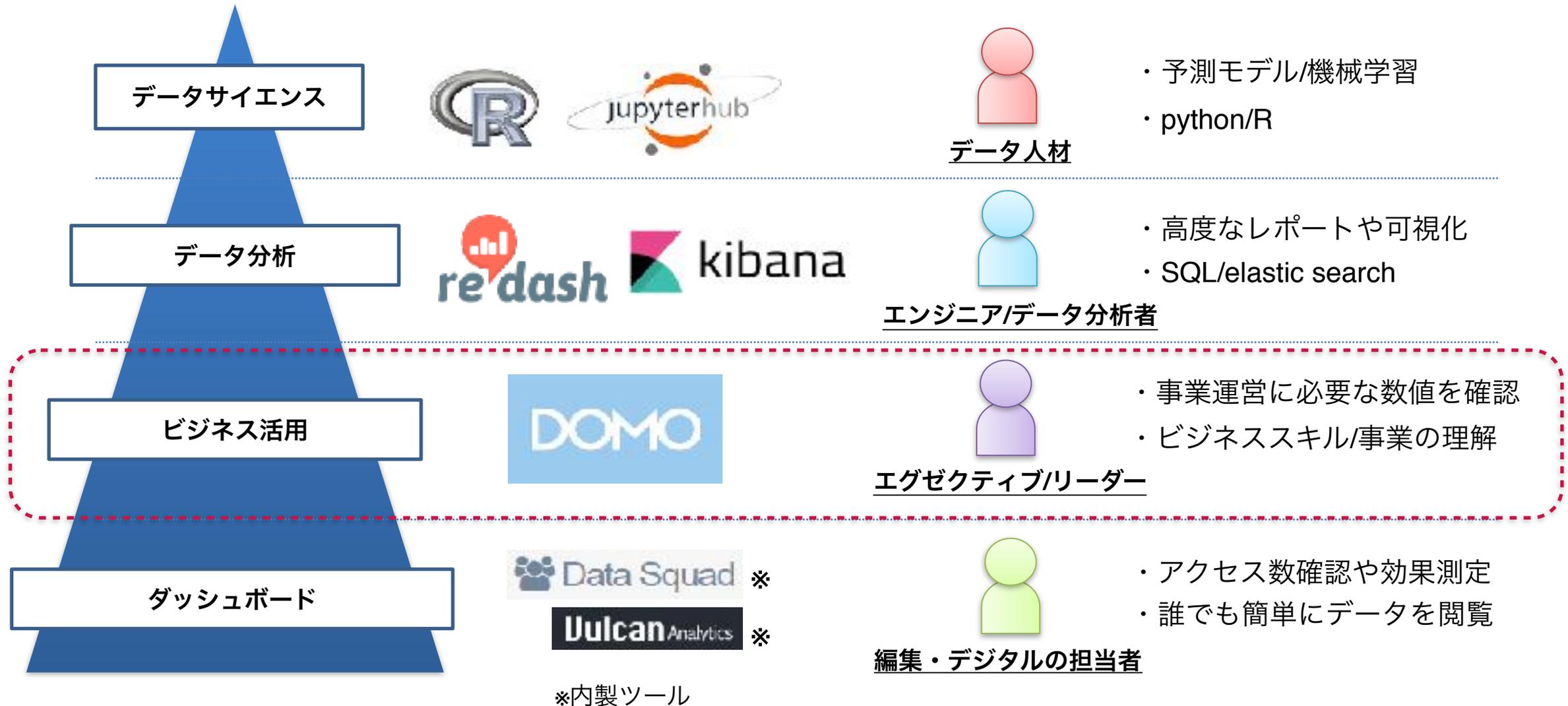
- マーケター
- プロダクト・マネジャー
- データビジュアライズ
- 記者・編集者

対象

データを活用する人材・
スキルを育てていく

- ①メディアがデータをみる目的
～オーディエンスエンゲージメント
- ②データドリブンをどう広めるか
～データを集める&見える化
- ③なぜDOMOにしたか**

スキルや目的別のツール（再掲）



ビジネスをする人にちょうどいい

routine



Adhoc



共通で見るとべきものを見る
知識は不要、誰でも簡単に

粒度や切り口を変えて見る
知識はそれなり、操作は簡単

やりたいことは都度違う
知識は必要、負担もあり

ビジネスをする人にちょうどいい

見た目やアプリの便利さ→Excelから（ほぼ）脱却成功



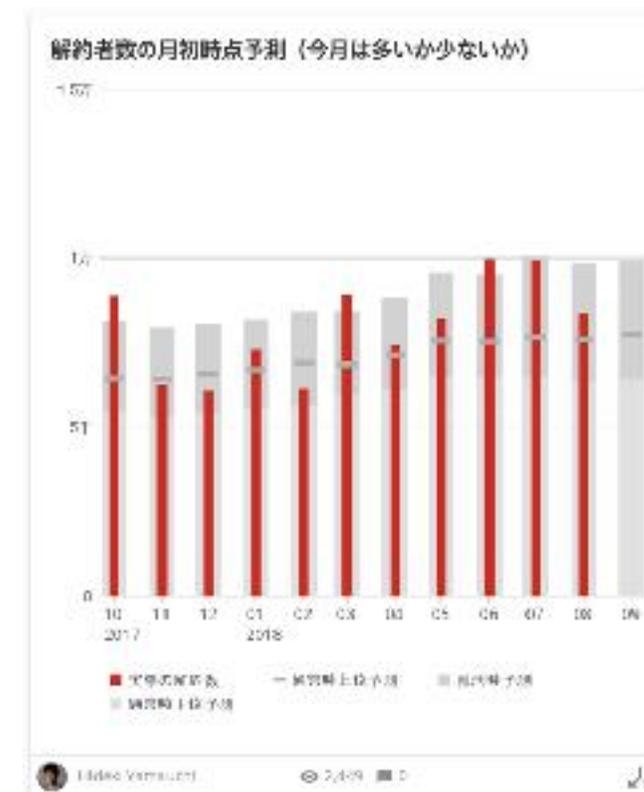
分かりやすい
知識不要である程度のことができる



スマホでも閲覧
アプリが提供される

DOMOで主要な指標を一覧する

- 公式な指標はDOMOで提供、Excelから脱却
- DOMOでやっていること
 - 定期レポート（デイリー/マンスリー）
 - FVW、アクセス数、記事ランキングなど
 - 電子版会員状況
 - 会員数、獲得、解約、属性、継続率、予測
 - 事業収支レポート
 - 調査レポート
 - NPS、ブランディング調査など
 - プロダクト別ダッシュボード
 - 主要なプロダクトチームのKPI確認に利用（アプリ、モバイル...）



ちゃんと見てますか！？

管理者設定

- ユーザー
- グループ
- カード
- ページ
- Doma をいつでも
- パブリケーション
- アクセス権限
- ツールダウンロード
- レポート スケジューラー
- セキュリティ
- カンパニー設定
- ライセンス
- Buzz
- アクティビティログ

アクティビティログ

全てのログイン
前週: 107
92 ↓

カードを作成しました
前週: 6
0 ↓

カード閲覧数
前週: 681
605 ↓

ページ閲覧数
前週: 1,100
882 ↓

期間: 過去 90 日 | ユーザー: [] | イベント: ページ | オブジェクト: 全てのオブジェクト | CSV をエクスポート | 更新

時間 UTC	ユーザー	イベント	オブジェクト	説明
2018年8月28日 03:17 火曜日	[]	ページを開...	Favorites	[] がページ Favorites を閲覧しました。
2018年8月28日 03:47 火曜日	[]	ページを開...	Favorites	[] がページ Favorites を閲覧しました。
2018年8月28日 03:47 火曜日	[]	ページを開...	Shared	[] がページ Shared を閲覧しました。
2018年8月28日 03:47 火曜日	[]	ページを開...	Shared	[] がページ Shared を閲覧しました。
2018年8月28日 03:47 火曜日	[]	ページを開...	Favorites	[] がページ Favorites を閲覧しました。
2018年8月28日 03:47 火曜日	[]	ページを開...	Overview	[] がページ Overview を閲覧しました。

以上です。ありがとうございました。