

社会ネットワークに基づくマーケティング戦略



システムデザイン研究科経営システムデザイン専修 博士前期課程1年
社会情報ネットワーク研究室
平野 達矩、上嶋 聖人、高野 知佐、会田 雅樹
E-mail hirano-tatsunori@sd.tmu.ac.jp
URL http://homepage.mac.com/aida_lab/

<概要>

1. 社会ネットワークモデルやユーザ間の通信頻度モデルを前提とし、新規通信サービスの導入方法の違いがその後のサービス普及速度に与える影響を定量的に評価する

2. 社会ネットワークの次数分布 $n(k) \propto k^{-4}$ $v(k_1, k_2) \propto k_1 \cdot k_2$

ノード間を結ぶリンクの通信頻度 $v(k_1, k_2) \propto k_1 \cdot k_2$

3. 初期サービス利用者のユーザモニタ選択方法

次数順 ノードの次数の大きい順に10人のユーザモニタを選択

cluster ランダムにユーザモニタを1人選択し、その人を含む10人の連結されたユーザモニタを選択

random ランダムに10人のユーザモニタを選択

4. 初期状態でユーザモニタのみがサービス利用者とし、サービス利用者と直接通信が発生した未利用者が、新たにサービス利用者に加わっていくモデルを考える

5. 社会ネットワークの次数の高い人をユーザモニタとして選択する方法が、ユーザモニタをランダムに選ぶ方法に比べて短期間で効率的なサービスの普及に結びつくことが分かった

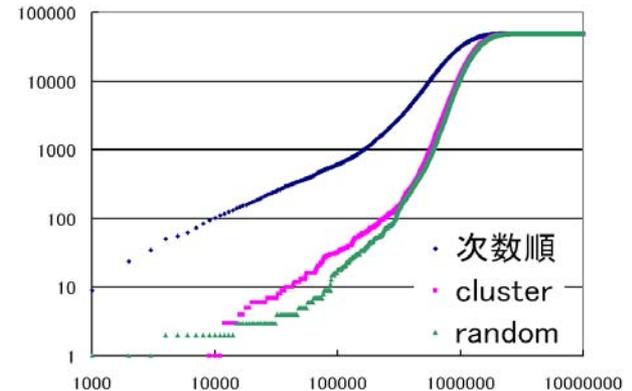


Fig.1 各方式でのユーザ数の経時変化

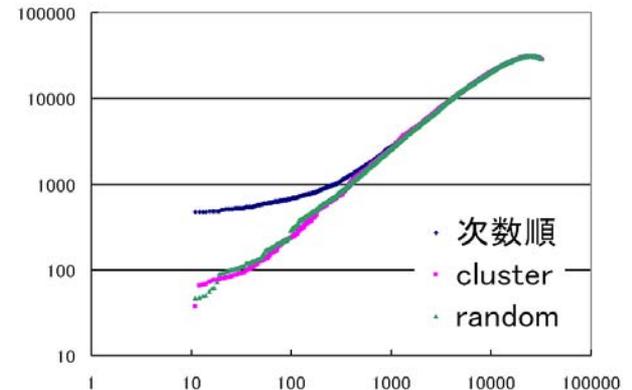


Fig.2 各方式でのユーザ数に対するサービス加入し易さ