

ライブドア・インフルエンサー・プログラムのご紹介

ブログのユニークユーザー数が国内NO1のライブドアと
世界最大の広告・マーケティンググループ「オムニコムグループ」傘下のブルーカレント・ジャパン
が提供する、効果的かつリーズナブルなCGMソリューションです。

日本最大のブロガーリレーションプログラム ライブドア・インフルエンサー・プログラム



「livedoor Blog」を展開するライブドアとインフルエンサー・マーケティング専門会社のブルーカレント・ジャパンが、260万人のブロガーネットワークとインフルエンサー・マーケティングノウハウを融合した、ブロガーリレーションプログラムを共同開発しました。

主なブロガー施策

ライブドア・インフルエンサー・プログラムを使って、以下の施策が可能です。

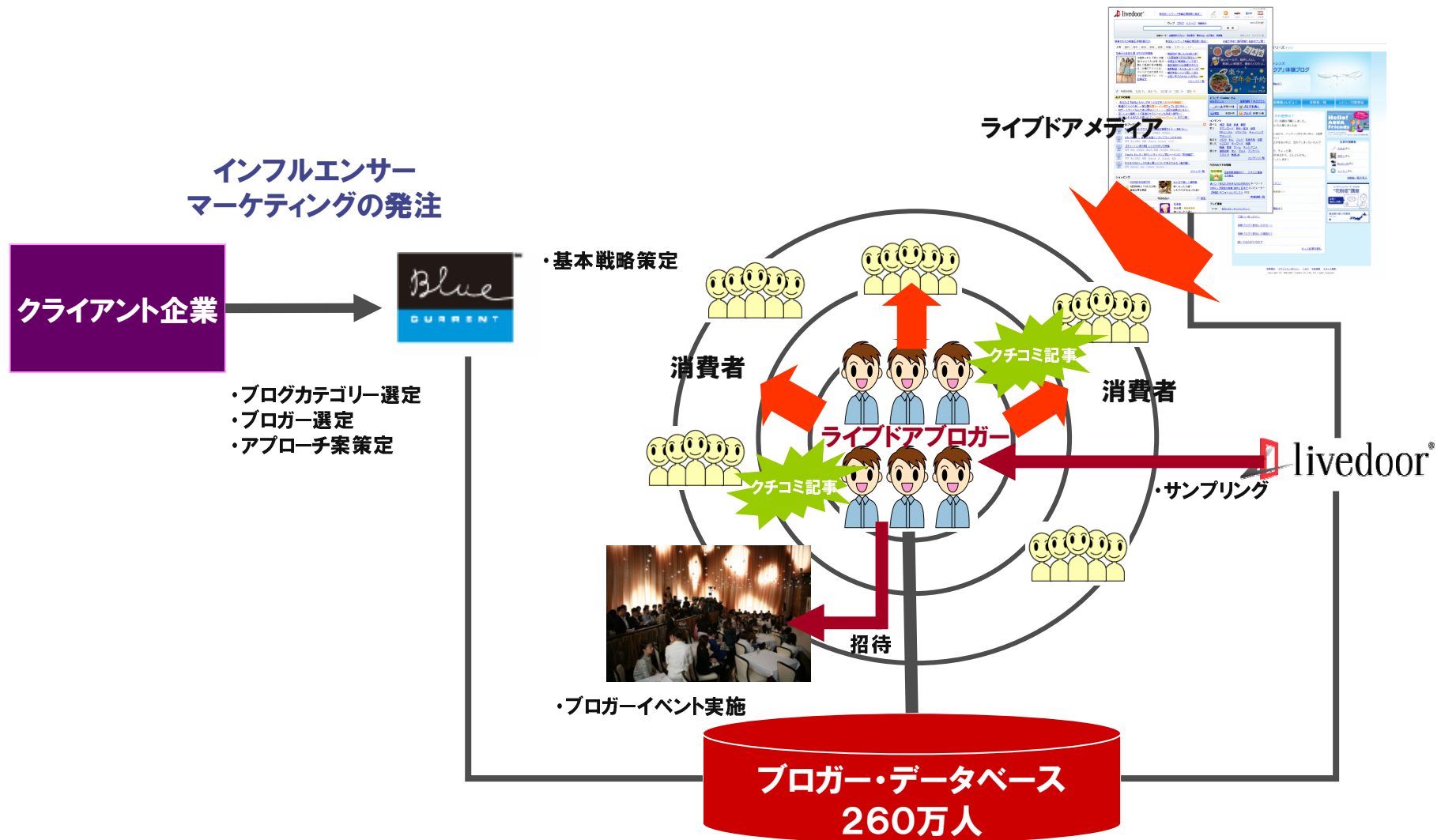
イベント誘致

新商品の発表会や、商品体験会、勉強会、試写会などにブロガーを招待し、体験談を投稿させる。

サンプリング

PRしたい商品をブロガーにサンプリングし、実際に使用した感想を投稿させる。

サービススキーム図



ライブドア・インフルエンサー・プログラムの4大メリット

日本最大級、260万人のブロガーネットワーク

livedoor Blog (ライブドアブログ) 登録者数260万人へアプローチします

商品・サービスのインフルエンサーをオーダーメイドで抽出

①37ジャンル236カテゴリ ②約1100の共通記事テーマ ③PV数
上記3つの指標によって、ニーズにマッチしたブロガーを漏れることなく抽出可能です

ブロガーの自主性を尊重したPRサービス

イベント誘致・サンプリングはあくまで記事の「ネタ」として行われ
報酬は一切発生しないので、記事の信頼性が高まります

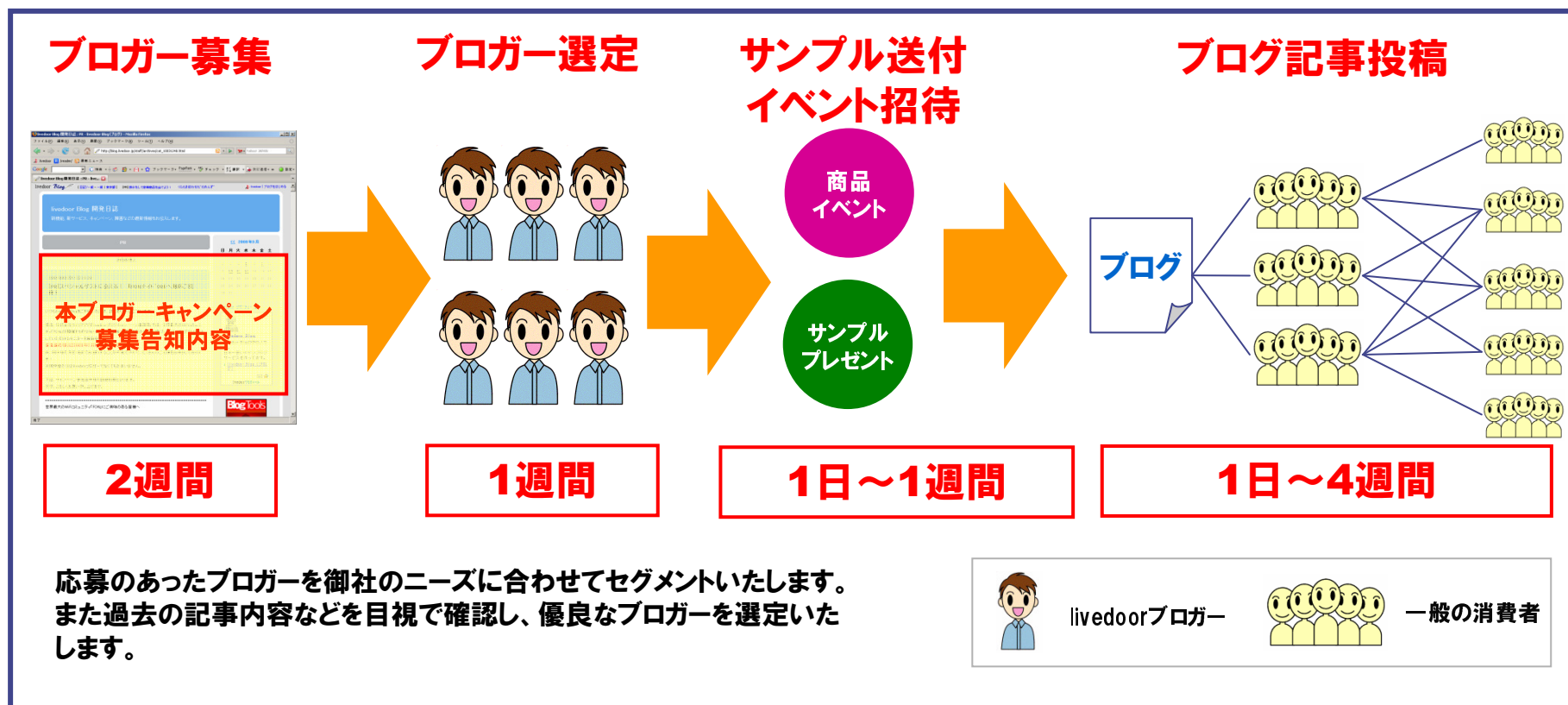
ポータルメディアならではの立体的なキャンペーン展開が可能

livedoorの持つブログポータル、キャンペーンページと連動して
立体的なキャンペーン展開が可能です。
また、雑誌やテレビなどマスメディアPRとの連動施策も提供可能です

ライブドア・インフルエンサー・プログラム 実施フロー

260万人のブロガーから厳選した、モニターブロガーに「商品、サービス、イベントなどを実際に体験」させブログに記事を投稿させます。
 プロモーションの発信者を「livedoorブロガー」とすることでWeb上で口コミ効果を生み出します。

PRイメージ



ブロガー募集: ニーズに合わせた募集・選定方法

260万人のlivedoorブロガーの中から適切なブロガーの募集・選定にあたり、livedoorブロガー260万人にアプローチします。

また、ニーズに併せてジャンル・カテゴリ等から最適ブロガーを抽出することができ、質の高い参加者・ブログ記事投稿が見込めます。

① 広く告知して募集

livedoorブロガー全260万人に対し、イベント・サンプリングについて紹介。

キャンペーンに参加希望ブロガーの中から、PV等を考慮し適切なブロガーを選定し、イベントに招待/サンプリングを行う。

② オーダーメイド抽出

① 37ジャンル236カテゴリ ② 約1100の共通記事テーマ ③ PV数

上記3つの指標を使い、訴求したいターゲットに最も相性が良いブログを抽出することができます。

(参考)260万人のブロガーを37ジャンルに分類

知る(9)

日記一般(1)/ニュース(5)/スポーツ(18)/経済(6)/ビジネス(11)/ジャーナリズム(1)/政治(1)/社長(1)/Wiki(ウィキ)と一緒に使う(1)

楽しむ(14)

音楽(12)/映画(10)/書籍・雑誌(6)/漫画・アニメ(12)/テレビ(5)/ゲーム(9)/旅行(5)/車・バイク(6)/グルメ(10)/コンピュータ・インターネット(15)/モブログ(2)/ねとらじ(1)/Gyao(16)/ネタ(3)

暮らす(7)

就職・転職(6)/語学・海外生活(6)/暮らし(8)/学術&芸術(12)/受験・学校(8)/ころ(1)/探し物・消息(4)

集まる(7)

恋愛・結婚(6)/ヘルス・ビューティ(10)/コスプレ(6)/ペット(9)/ジャニーズ(1)/クラブ&ダンス(1)/ECショップ店長(1)

全てのブログが、上記の37ジャンル、236カテゴリ(次頁)に分類されます。この「37ジャンル・236カテゴリ」、記事毎に付けられる「共通記事テーマ」により、クライアントのニーズに沿ったブロガーの抽出が可能となります。

(参考) 236カテゴリ

日記一般
一般

ニュース
一般
芸能系
ライプトAPJニュース
海外系
フィルター系

スポーツ
一般
サッカー
公営キャンプ
野球
格闘技
マリンスポーツ
ウィンタースポーツ
ゴルフ
テニス
フットサル
部活
釣り・フィッシング
バスケットボール
モータースポーツ
バレーボール
ラグビー
アメフト
サバイバルゲーム

経済
一般
日本経済
世界の経済
金融・株式
為替
タイトルード

ビジネス
一般
ベンチャー
製造業
金融
マスコミ
財務会計
中国で働く
海外で働く
フリーター
IT系
農業

ジャーナリズム
一般

政治
一般

社長
一般

Wiki (ウィキ) と一緒に使う
一般

音楽
一般
邦楽
演奏
洋楽
バンド
ロック
インディーズ
クラシック
ジャズ
レビュー
R&B
演歌・民謡

映画
一般
映画レビュー
DVD・レンタルDVD
映画スター
韓流
ミニシアター
洋画
邦画
自主制作
アジア映画

書籍/雑誌
一般
小説
雑誌
レビュー
ノンフィクション
古本

漫画/アニメ
一般
漫画・コミック
アニメ
声優
グッズ
同人誌
ボイスラブ
ガンダム
漫画家
レビュー
ネットアニメ
アニメーター

テレビ
一般
ドラマ
バラエティ
おすすめ番組
ドキュメンタリー

ゲーム
PCゲーム/オンラインゲーム
一般
家庭用ゲーム
携帯ゲーム機
カードゲーム
モンスターハンター
TCG
ボードゲーム
TPRG

旅行
一般
海外旅行
国内旅行
レジャー・スポーツ
温泉

車/バイク
一般
バイク
国内
海外
カスタム
レース

グルメ
一般
食べ歩き・外食
レシビ
お土産・お取り寄せ
ラーメン
健康・自然食品
B級グルメ
お酒
カレー
レビュー

コンピュータ/インターネット
一般
インターネット
ブログ
プログラミング
Windows
モバイル
デジタル家電
Mac
Linux
アキバ
セキュリティ
ツール
レビュー
ガジェット系
ギーク系

モブログ
一般
中国語
今日のできごと

ねとらじ
一般

Gyao
総合
アイドル・グラビア
ライフ&カルチャー
ニュース・ビジネス
映画
音楽
アニメ
ドラマ
スポーツ
ビューティ&ファッション
映像ブログ
ドキュメンタリー
バラエティ
ゲーム
コミックス
ショッピング

ネタ
一般
萌え
まとめ

就職/転職
一般
就職
転職
アルバイト
キャリアアップ
起業・独立

語学/海外生活
一般
留学
ワーキングホリデー
英会話
中国語
韓国語

くらし
一般
子育て
雑貨・インテリア
タウン情報
節約
料理・キッチン
セレブ
ガーデニング

学術&芸術
一般
創作
演劇
絵画
写真・カメラ
アカデミック
モダンアート
ミュージカル
レビュー
古典芸能
書道
オペラ

受験/学校
一般
受験勉強
社会人の勉強
大学
高校
中学校
先生・講師
小学校

こころ
一般

探し物/消息
一般
物
人
動物

恋愛/結婚
一般
恋愛中
片思い
結婚生活
遠距離恋愛
離婚

ヘルス/ビューティ
一般
ダイエット
健康
ファッション
スキンケア
コスメ
サプリメント
メンタルヘルス
ヨガ
漢方

コスプレ
アニメ・漫画・ゲーム
一般
制服・芸能
衣装
イベント・ショッブ
サークル・コミュニティ

ペット
犬
一般
猫
小動物
淡水魚・海水魚
両生類・爬虫類
鳥類
昆虫類
ショッブ

ジャニーズ
一般

クラブ&ダンス
一般

ECショップ店長
一般

(参考) 約1100の共通記事テーマ

「共通記事テーマ」は、ブログが属するカテゴリ・ジャンルに関係なく、「記事毎」に設定することができるテーマです。ブログがどのジャンルに属していても、同じテーマで投稿された記事はすべて紐付けられ、閲覧することができます。(ユーザーが任意に共通記事テーマを立てることもできます。)

ブログ投稿画面

The screenshot shows the article submission interface. At the top, there are navigation links like '管理' and 'モバイル設定'. Below that, there are fields for 'PR' and 'ピックアップテーマ'. The 'ピックアップテーマ' section shows a selected theme: 'あなたにとって、お祭りで定番の屋台は?' with 170 items. The '共通記事テーマ' field is highlighted in red and contains the text '共通記事テーマを探す 共通記事テーマの作成'. A callout box with a blue background and white text points to this field, stating: '共通記事テーマは、ブログ記事投稿時に、任意に設定されます。'

共通記事テーマ(一部抜粋)

日記 気になったニュース 大学生の日記 今日の出来事 どうでもいい話 ひとりごと (モデル・タレント・俳優) 写真日記 こんなことありました 取り留めの無い話 ゲイ&ビエ てみたけど... 気になる話題 ◆◆パチンコ・パチスロ攻略? 日記◆◆ 芸能ニュース 最新芸能ニュース 気になるニュース 芸能ニュース 気になるニュース 気になったニュース 海外ニュース 競馬◎予想 プロ野球全般 【日の丸を胸に、サッカー日本代表】 : めったざり Jリーグ プロレス 阪神タイガース NPB! 中日ドラゴンズ NPB! 横浜者の株式投資 商品先物取引で勝負!! FXで小遣い稼ぎ サラリーマンの株取引 IF式投資 株価予想ダービー 主婦の株日記 のんびり投資 インド株 株日記 \$と¥ ネットで稼ぐ ブログでアフィリエイト! 目標達成のための行動 ◎◎キャリアとコーチ(●燃えろ! 起業家! 日本代表!! ●●●● これぞ稼げ!! クレジットカード ソリューション 人がどこまで稼げるのか? マスコミ 時事(爺) 放談だがね~ ネット・ブログにおけるジ 求めて 新聞について語る。 反戦・平和 ひきこもり ニート フリーター 環境問題 政治全般 日本の労働者は皆不幸せ? 愛国 中国・韓国・北朝鮮外交問題 社会 院選挙 マルクス主義・レーニン主義 日本の未来について 行政改革 社長日記 者・起業家向けセミナー 女のビジネス<女社長> 起業家志望者の集い 小さな会社 20代女社長☆★ 自己成長を目指す中小企業の2代目経営者、若手経営者のビジネス情 用法 Wikiって??? きもの大好き 2ch] 脳内ちゃんねる(´ω´)つ旦 和歌山 南紀 ebat lomat 2 ベビー用品店舗 ウィキペディアのボランティア 洋楽ロックニュース 今 R&B/HIP HOP ヘヴィメタル/ハードロック JAZZ エンターテイメント ☆☆☆ハローフ GLAY オーディオ CDを交換しました。 You Tubeおすすめ動画 ☆おすすめDVD☆ 映画の話 女優 邦画 こりゃ観らないかんばい!!! 俳優 試写会 韓国映画 映 おすすめの本 ポーズラブ 今日の一冊 ミステリ小説 自作連載小説 こんな本 に役立つ本 本好きのくだらない日常 奇妙な物語自作連載 グラビア オタク・腐女子 ギュア 今日読んだ漫画の感想 おもちゃ おすすめ漫画の紹介 週刊少年サンデー 紹介してみる BOYS LOVE コードギアス 反逆のルルーシュ オリジナルイラスト ト アイドル 最新芸能NEWS ドラマ全般 芸能人 俳優 男優&女優) グラビアアイドル テレビを見たら... 水曜どうでしょう 韓国ドラマ CM FF11 ラグナロクオンライン の館 無料 ニンテンドーDS Xbox360 大航海時代online Lineage EverQuest II beatmaniaIIDX・beatmania おいでよ どうぶつの森 任天堂「Wii」 ディズニーリゾート ワイ 鉄道 マイレージ情報 信州の日帰り温泉施設 陸マイラー バリ島大好き集ま ●車関係何でも ● ★スズキ車 全般★ 車・バイク関連なんでも ALFA ★スズキ 400m プロドライバーを目指す(箱) カスタムカー Ducati WRC MotoGP/ロード はん なに食べた? ♪スイーツ×スイーツ♪ ###ラーメン### 昼ごはん 今日 ワイン 家でつくるお菓子 簡単レシピ 手づくりパン ★○焼きいも大好きな人 美味しい和食器 大阪の飲食店 こだま保育園 今日の給食 今日のランチ ~♪

オーダーメイド抽出

例えば、航空会社のPRに最適なブロガーを抽出する場合・・・

① 37ジャンル236カテゴリ

ニュース(5)/スポーツ(18)/経済(6)/
ビジネス(11)/ジャーナリズム(1)/政治(1)/

(1)音楽(12)/映画(10)/書籍・雑誌(6)/
(9)//車・バイク(6)/グルメ(10)/コンピュー

旅行(5)

日記(1)

らし(1)/Gyao(16)/ネタ(3)
生活(6)/暮らし(8)/学術&芸術(12)/受
し物・消息(4)
ューティ(10)/コスプレ(6)/ペット(9)/ジャ
(1)/ECショップ店長(1)

ライブドアブロガー

国内旅行

芸能ニュース

沖縄

ホテル

ゲームあれこれ

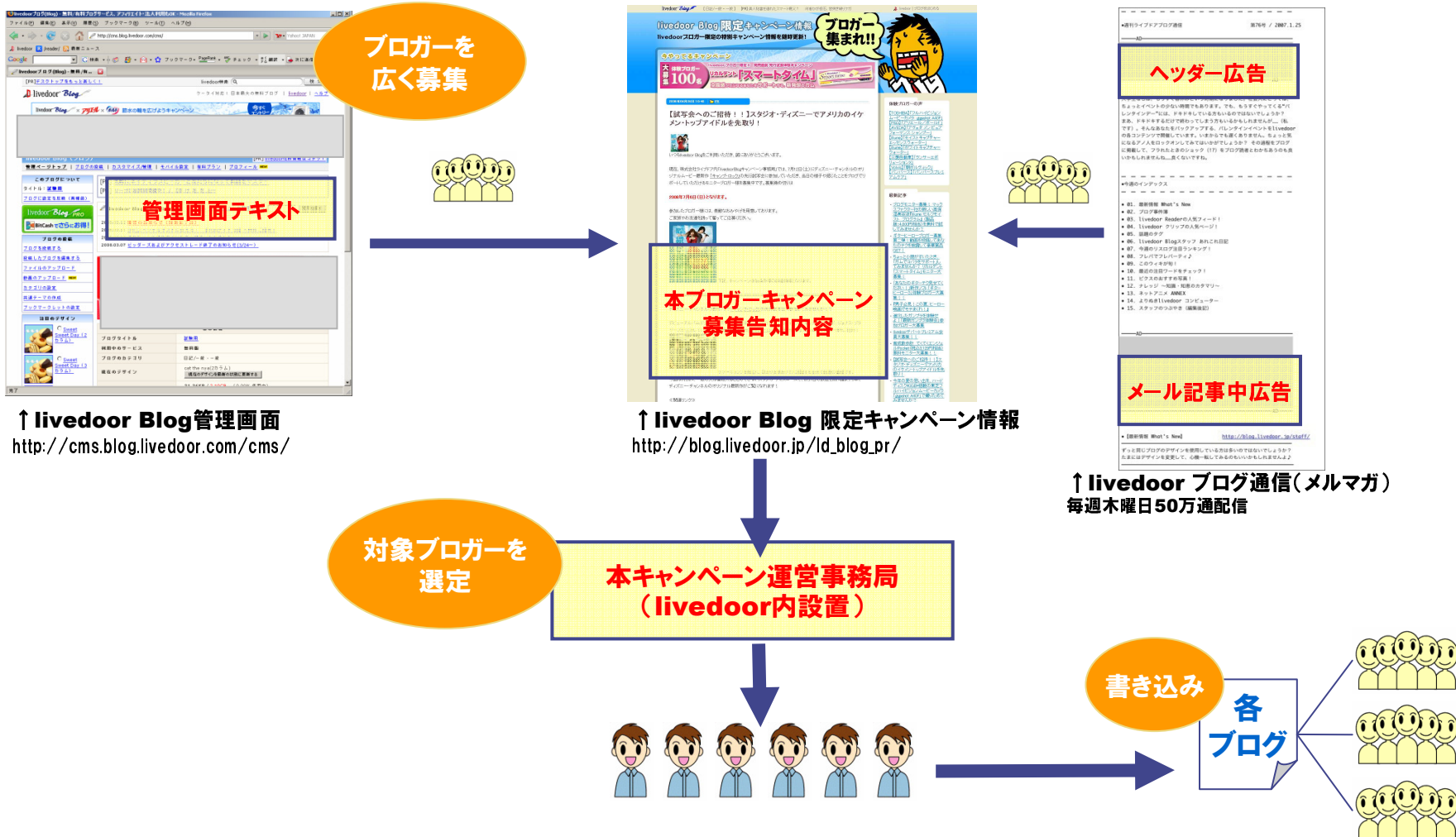
③ PV数

② 約1100の
共通記事テーマ

まず、「旅行」カテゴリでブログを書いているブロガーを対象ブロガーとして抽出します。次に、「日記」など、旅行とは関係のないカテゴリ・ジャンルのブロガーの中から、「国内旅行」や「沖縄」など、関連する共通記事テーマで投稿しているブロガーを探します。
最後に、抽出されたブロガーをPV数で影響力を精査します。

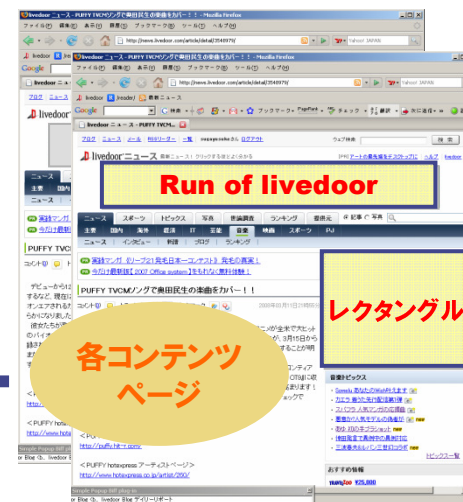
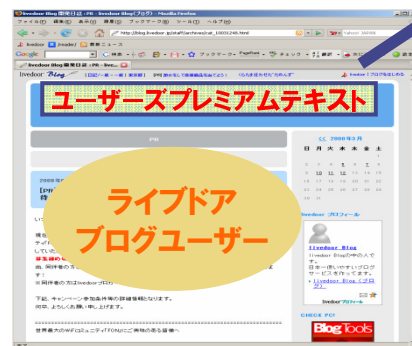
ブロガー募集フロー

livedoor Blog キャンペーンblogにおいて、募集告知記事を掲載いたします。
 また、誘導は全ブロガーにリーチできるよう、ブログ面のTOP、管理画面、ブログ通信(配信数50万通)から行います。



キャンペーンページパック

キャンペーンページを制作、公開いたします。ブロガーの意見を集約するページとして商品やキャンペーンへの興味を喚起させることができます。



期間中livedoor ポータル、blogより
約15,000~50,000PV※1誘導を保証！！
※1:上記PV数は、他メディアや検索エンジンからの流入を除いた、
livedoorメディアからの流入数の目安となります。随時ご相談ください。

クライアント様各サイト
タイアップブログ
キャンペーンサイト ...etc

キャンペーンページパック 4つのメリット

①PVの大幅な底上げ

livedoorポータルのトップページやニュース面から、**タイアップページに誘導**をかけることにより、**キャンペーン該当記事のPVが大幅にアップ**します。

②ブロガーの記事が埋没しない

更新頻度が高く、一度書いた記事がすぐ埋もれてしまうブロガーの場合も、**タイアップページがキャンペーン該当記事をピンポイントで取り上げる**ため、**閲覧される機会が高まります**。

③複数回の記事投稿を促せる

イベント誘致/サンプリングの後、ブロガーと「Q&A」という形で**継続的にコミュニケーション**することにより、**複数回の記事投稿を促す**ことができ、**キャンペーンページを更新**することができます。(週1回、計4回まで)

④商品やサービスをより立体的に訴求できる

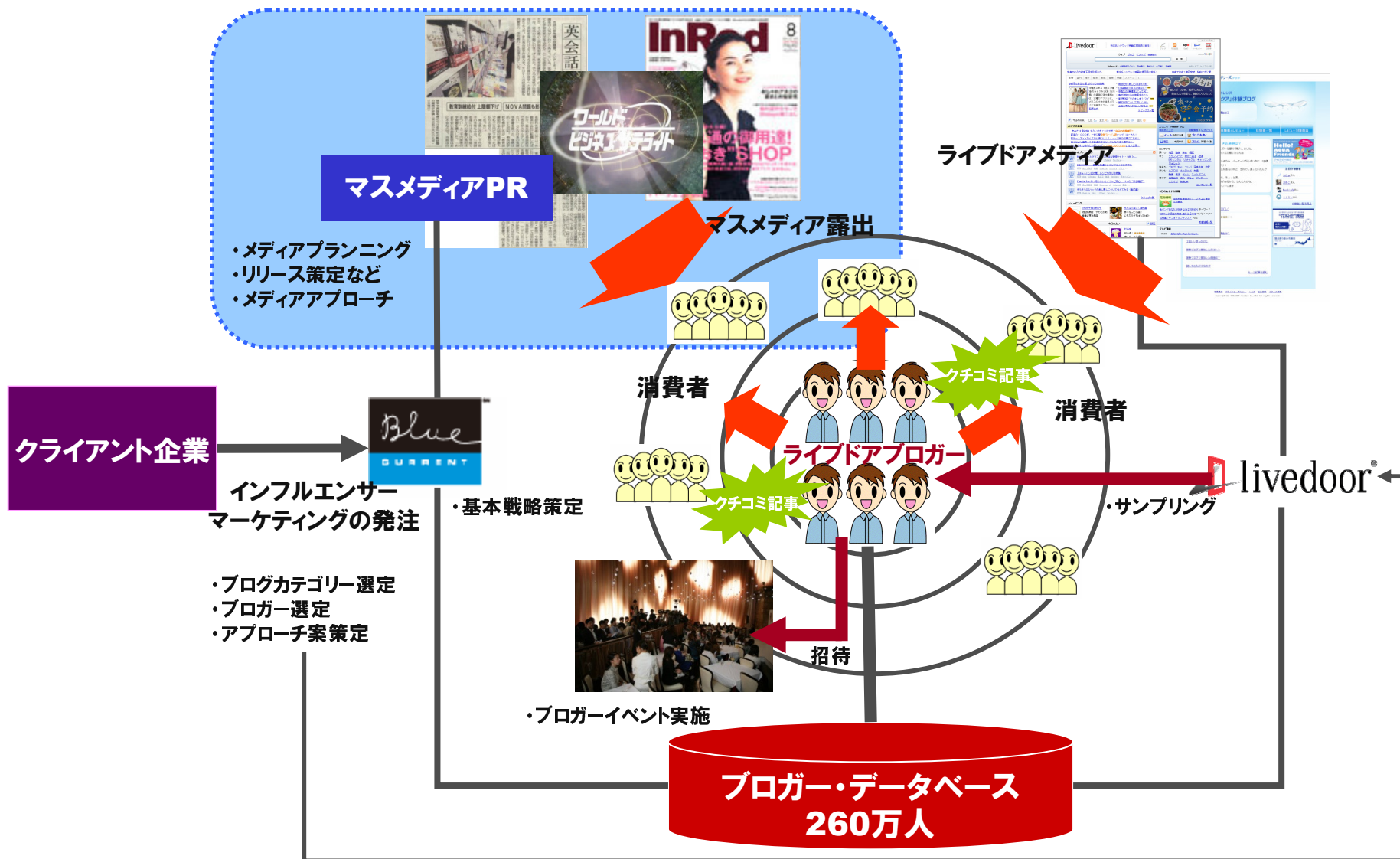
ブロガーコメントの真横に、**商品/サービスブランドサイトへのリンクを設置**することにより、**閲覧ユーザーを「アクション」へと促す導線**を作ることができます。

(事例) 三菱自動車 ランサーエボリューションX試乗会へのご招待

The screenshot shows a livedoor blog page titled "ランサーエボリューションX 体感ブログ". It includes a navigation bar with "トップ", "試乗レビュー", and "参加ブロガー一覧". The main content area features a Q&A section with user comments such as "当日は天気もよく、まさに体感日和(倍)な感じでした。" and "90秒でわかるランサーエボリューションX". Callouts on the right side of the page point to specific features: "ブランドサイトへリンク" (Brand site link), "キャンペーン該当記事をピンポイントでリンク。(リアルタイムで更新)" (Campaign article pinpointed link (updated in real-time)), and "質問を投げかけることによって、複数回の投稿促進が可能" (By asking questions, multiple posts can be promoted).

マスメディアPR (オプション)

新聞・雑誌・テレビなどのマスメディアPRと連動させることができます。



ライブドア・インフルエンサー・プログラム ポリシーと補足

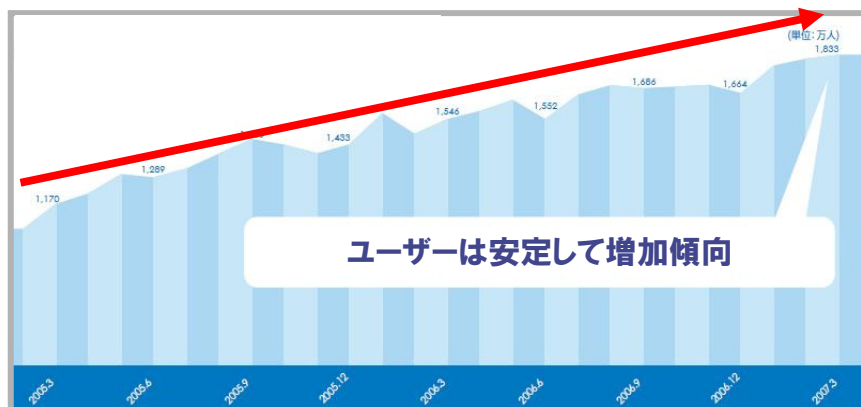
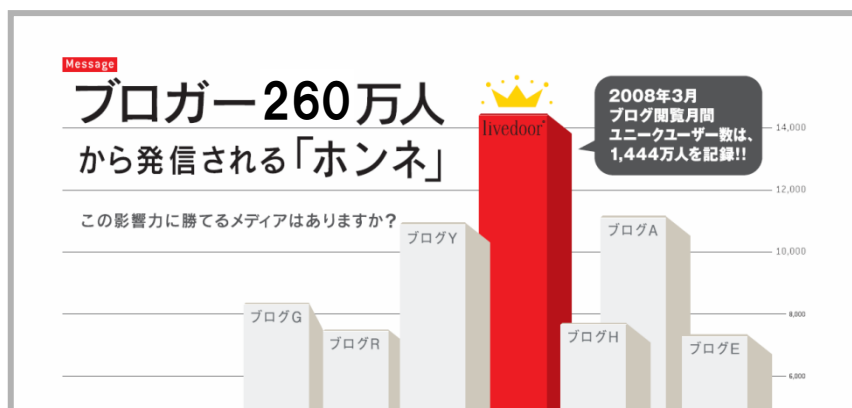
ライブドア・インフルエンサー・プログラム三大ポリシー

- 1.ブロガーへの金銭、ポイント付与はしない → 炎上リスクを減らす
- 2.ブログ記事内容の検閲・規制もしない → 記事内容の信頼性を高める
- 3.コンタクトするブロガーは厳選する → ブロガーに、「選別感」を感じてもらおう

補足

- 1.ブロガーリレーションにて配布する商品、開催イベント等の費用は御社にてご用意いただくことが前提となります。
- 2.インセンティブ対象の商品発送料金などは御社負担になりますのでご了承ください。
- 3.ブロガー募集にあたり掲載する広告枠からの誘導で、万が一ブロガーが集まらなかった場合は、別誘導枠より集めるまでは告知を行います。予定数以上集まった場合でも上記広告枠は期間中継続的に出稿いたします。
- 4.ブログ通信の初回配信にて予定のブロガーが募集できた場合は、前倒しにてキャンペーンをスタートすることも可能です。

ライブドア・livedoor Blogについて



↑ユニークユーザー数の伸び

livedoorポータルアクセス数

●PV数 : **約16億PV/月**

※PV数は弊社WEBサーバー上での調査です。

●ユーザー数 : **約1900万人/月**

※ユニークユーザー数は、ネットレイティングス調べです。

livedoor blogアクセス数

●ユーザー数 : **約1450万人/月**

※ユニークユーザー数は、ネットレイティングス調べです。

●開設数 : **約260万ブログ**

※自社調べ

livedoorポータルとの連携をより強化

2007年4月にリニューアルいたしました。
260万ものブログから発信される情報とニュースソースとの融合を図りました。



260万ブログによる
情報力と発信力

月間約10,000,000PVを誇る
ポータルサイトのニュース性



2007年7月にリニューアルいたします。
初心者にも簡単にブログを開設していただけるよう、見た目、内容ともに刷新いたします。

ライブドアの武器はブログサービス

ライブドアの新しいトップページは、一見すると3列組で、真ん中にニュース、左側に広告枠と他のポータルサイトと変わらないように感じられます。

しかし、よく見ると、ニュースの上にブログを書く、読むのボタン、左側には話題のブロガーを紹介する「旬のブロガー」他にもブログニュース、ブログランキング、ブログで流行中のキーワードなど、**そのほとんどがブログに関するコンテンツで埋められています。**

これは、今年3月末現在でブログ開設者が約245万人と、日本で最大級のブログサービスを運営するライブドアが、その強みを生かし、**Yahoo!**を始め、**他ポータルサイトとの差別化を図ったリニューアル**になっていると言えるでしょう。

(中略)

以前はポータルサイトといえば、**Yahoo!**だけを目指して戦略を立てれば良かったのが、現在では、それぞれのサービスの中でどこかに特化し、それを中心に展開していかないとユーザーを集められないという形に変わってきています。**そしてこの現状にいち早く対応したのが、ブログサービスを中心にすえたライブドアです。**

多くのサービスより1つの特化したサービスが重要
ポータルサイトとして最大の集客数を誇る**Yahoo!**も検索エンジンというサービスを核に持ち、ユーザーを獲得してきました。そういった意味では、今回のライブドアの方向転換は決して奇をてらったものではありません。

今後も認知度の高さから、**Yahoo!**がポータルサイトとして大きな力を維持していくことは間違いのないでしょうが、**ライブドアの決断が変化していくポータルサイトの概念をさらに推し進めていくことになるのか、注目していきます。**

All About (IT業界トレンドウォッチ ガイド:水上 浩一)

2008年 04月 18日記事

<http://allabout.co.jp/career/net4biz/closeup/CU20080418A/index2.htm>
より引用



ブルーカレント・ジャパンは、
「インフルエンサー・マーケティング」
の専門会社です。

- 世界最大の広告・マーケティンググループ「オムニコムグループ」傘下
- グループ最大のPR会社「フライシュマンヒラード」のマーケティングPR部門が独立
- 2006年8月設立。米国本社は、2004年に設立。現在、日本に続き欧米、アジアの主要都市に展開中
- P&G(プロクターアンドギャンブル)ジャパンと、インフルエンサー・マーケティング手法の共同開発契約を締結
- 2007年4月株式会社サイバーエージェントと業務提携、260万人のブロガーと企業をつなぐ「アメブロ・インフルエンサー・プログラム」を開発、運営を開始

本サービスに関する問い合わせ先
ブルーカレント・ジャパン株式会社 担当: 庄司・前川

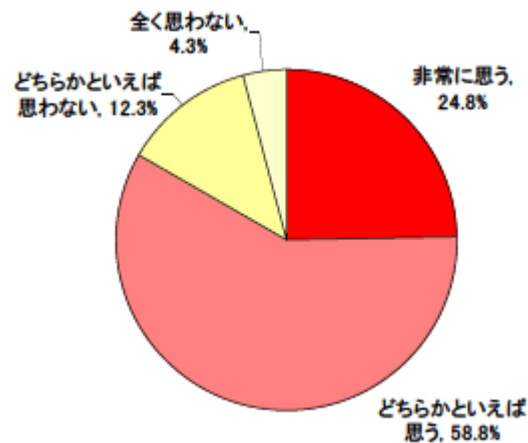
03-6278-5780

info-jp@bluecurrentpr.com

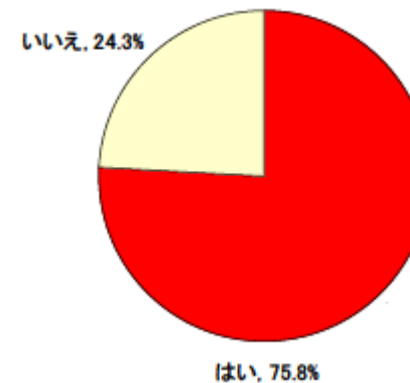
(参考資料) ネットクチコミが購買行動に与える影響はますます大きくなっています

ソフトバンク・ヒューマンキャピタル株式会社が運営する「イーキャリアプラス」が、インターネット接触が日常化している男女に対して、SNSやブログ、クチコミサイトなどのインターネット上で発生する「ネットクチコミ」に関する意識調査を実施した。今回の調査は、**仕事以外でのインターネット接触頻度が週に1回以上の20・30代の男女400名**に対して行われた。調査対象の**98.8%**がインターネットに「ほぼ毎日触れている」と回答していることから、ネットの情報収集が日常化している人たちの意識がうかがえる結果となっている。

「情報収集でネットクチコミを参考にする事が以前より増えているか」



「今までにネットクチコミを参考にして商品やサービスを購入したことはあるか」



調査対象の**80%以上**が、以前よりネットのクチコミを参考にすると答えており、さらにネットのクチコミを参考に商品やサービスを購入したことがあるユーザーは**75%**に達している。

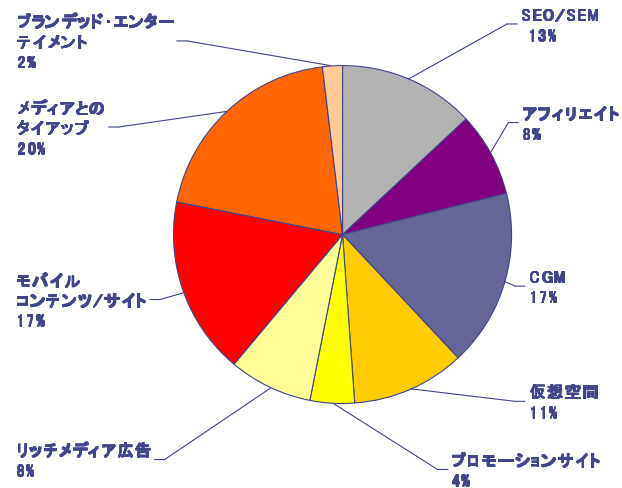
尚、面白いと思った商品・サービス情報を他の人に伝える時の手段としては、「直接会って口頭で」が**72.1%**と圧倒的で、「メール」**32.3%**、「掲示板サイト」**24.5%**と続いている。しかし、**ブログを運営している人の回答に注目すると、「ブログで」と答えた人が65.5%**と圧倒的に多く、以下、口頭・SNS・掲示板と続いている。やはりブロガーは面白い情報は、自分のブログのネタにしたいという意識が働くようだ。

出典：ソフトバンク・ヒューマンキャピタル株式会社2008年2月7日～8日調べ

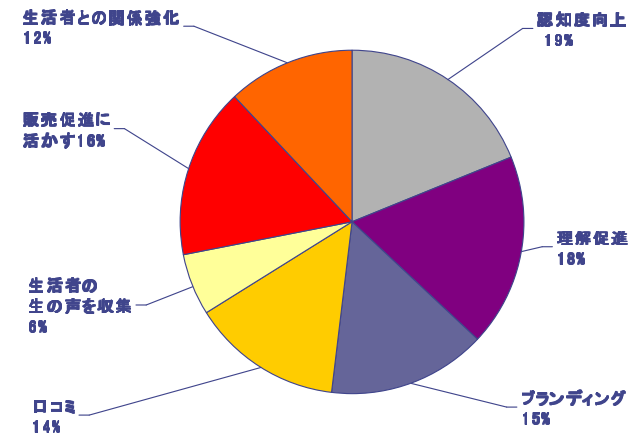
(参考資料)WEBマーケティングの手法と効果

インターネットは、これまでマス広告では実現できなかった、**さまざまな消費者へのアプローチ**を可能にしました。
 ただ、一方で**キャンペーン全体のプランニングはますます複雑化し、効果的なネット施策実現へのハードルは高くなっています**。
 そんな中、企業のweb担当者はインターネットに何を求め、現状の課題をどう捉えているのかを示したグラフが次のとおりです。

現在注目しているWebマーケティング手法は？



インターネットに求める広告効果は？



インターネットの広告商品が多様化する中、**17%の企業のweb担当者がCGMに注目しています**。
 また、インターネットに求める広告効果は**理解促進・生活者の生の声を収集・口コミ・生活者との関係強化**という項目の合計が**50%**を占めており、より消費者との双方向のコミュニケーションを求めていることがわかります。