

| | |
|------------------|---|
| Title | One to Oneコミュニケーションを活用した新規及び無料イベントにおける事前登録者出席率の向上 |
| Sub Title | One-to-one communication for improving a pre-registered attendance rate of startup and free events |
| Author | 上出, 彩加(Kamide, Ayaka) 稲蔭, 正彦(Inakage, Masahiko) |
| Publisher | 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 |
| Publication year | 2009 |
| Jtitle | |
| JaLC DOI | |
| Abstract | |
| Notes | 修士学位論文. 2009年度メディアデザイン学 第14号 |
| Genre | Thesis or Dissertation |
| URL | https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002009-0014 |

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文

One to One コミュニケーションを活用した
新規及び無料イベントにおける事前登録者出席率の向上

上出 彩加

2009年度（平成21年度）

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士（メディアデザイン学）授与の要件として提出した修士論文である。

上出 彩加

指導教員：

稲蔭 正彦 教授（主指導教員）

岸 博幸 教授（副指導教員）

審査委員：

稲蔭 正彦 教授（主査）

岸 博幸 教授（副査）

砂原 秀樹 教授（副査）

修士論文2009年度（平成21年度）

One to One コミュニケーションを活用した 新規及び無料イベントにおける事前登録者出席率の向上

論文要旨

近年、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）を利用し、プロモーションを行うイベントが多く見受けられる。プロモーション方法や場所の差異に関わらず、イベント主催者が抱える問題は変わらない。なぜならば事前登録者からの当日出席者数の予測を事前に立てることが難しいためである。事前登録者獲得に関する方法論は提唱されているが、事前登録者からの出席率の向上に対しての方法論はまだ提唱されていない。

本研究ではEメールマーケティングのアプローチ方法とOne to Oneマーケティングの考えを基に事前登録者の出席率向上を目指した。2つの無料イベントでの事前登録者の出席率の調査を行い、One to One コミュニケーションを利用しない場合での出席率の確認をした。その後、パーソナライズされたメッセージ（パーソナルタッチ）One to One コミュニケーションを活用したEメール、Twitterを事前登録者に発信した。One to One コミュニケーションを活用する事により、事前登録者からの出席率の向上を検証した。本研究リアルプロジェクト「FutureMotion」では、2ヶ月間に3通のEメール、Twitterでダイレクトメールを送った。One to One コミュニケーションを活用した事前登録者出席率の向上の効果は、イベント参加数に基づく量的調査とインタビューに基づく質的調査により分析、評価を行っている。One to One コミュニケーションの活用により、事前登録者のイベントへの興味や関心に変化が起こり、イベント出席率の向上が可能であることを確認した。

キーワード

無料イベント、One to One コミュニケーション、事前登録者、出席率、パーソナルタッチ

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
上出 彩加

Abstract of Master's Thesis Academic Year 2010

One-to-One Communication for Improving a Pre-registered Attendance Rate of Startup and Free Events

Abstract

Recently, many event organizers are using Social Network Services to promote their events since getting enough attendees is crucial. Yet, they are still facing recurrent problems, even after changing their promotion methods. One of the main issues is the difficulty to estimate the pre-registered attendance rate prior the event. Promoting events in order to make people register is a standard strategy. However, there is still no definite method to significantly increase the pre-registered attendance rate.

In this research, the aim is to draw a conclusion on how to increase the pre-registered attendance rate by using Email marketing approach and One-to-One marketing. Before using one-to-one communication for “FutureMotion”, two events were previously held as research purposes. Personalized Emails and Twitter messages were dedicated to “FutureMotion” pre-registered people. Three emails and several Twitter direct messages were sent two months before the event. The efficiency of one-to-one communication was analyzed and then evaluated with quantitative and qualitative data. One-to-One communication is an effective tool for improving the pre-registered attendance rate.

Keywords

Free Events, One-to-One Communication, Pre-registered People, Attendance Rate, Personal Touch

Keio University Graduate School of Media Design
Ayaka Kamide