

ユーザーの興味にあわせたパーソナライズサービス

2002.09.20.HIP7
SONY HI ラボ 齋藤真里

ここでイメージする「豊かさ」

- ・必需品, 不可欠なサービス, 機能は提供済みの状態
- ・プラスアルファのサービスや機能
 - (A) 必需品, 不可欠なサービス, 機能が便利になること
 - (B) 不可欠な機能以外が提供されること 「豊かさ」



「余計なお世話」と「気が利いている」

- ・不可欠ではない機能は不要？
 - (×) 余計なお世話 : 的外れ, 煩雑 「不要」
 - () 気が利いている: 楽しい, 意外性がある 「豊か」
- 気を利かせるためには, ユーザーを知る必要がある パーソナライズ

パーソナライズ

- (A) 操作, 動作のパーソナライズ Windows のメニュー
そのユーザーがいつもしていることを効率よくやらせてくれる
- (B) コンテンツのパーソナライズ amazon.com
そのユーザーが興味を持つコンテンツを提供する

パーソナライズの「順当性」VS「意外性」

- 順当 : ユーザーが必要とするコンテンツを適切なタイミングで提供する
手間を省く, 補助する
 - 意外性: ユーザーは思いつきにくい, 言われると「面白い」と思う
新しい発見, 出会い
- 注!) 意外なだけでは, 的外れと同じ. 興味を把握していることが重要

例 CUEAgent

電子メールから興味を抽出して, 関連する Web ページを推薦するキャラクターエージェント
(By SONY HI ラボ)

コンセプト

- 「意外な検索」
- ・電子メールから Web へ
- ・過去から現在へ

