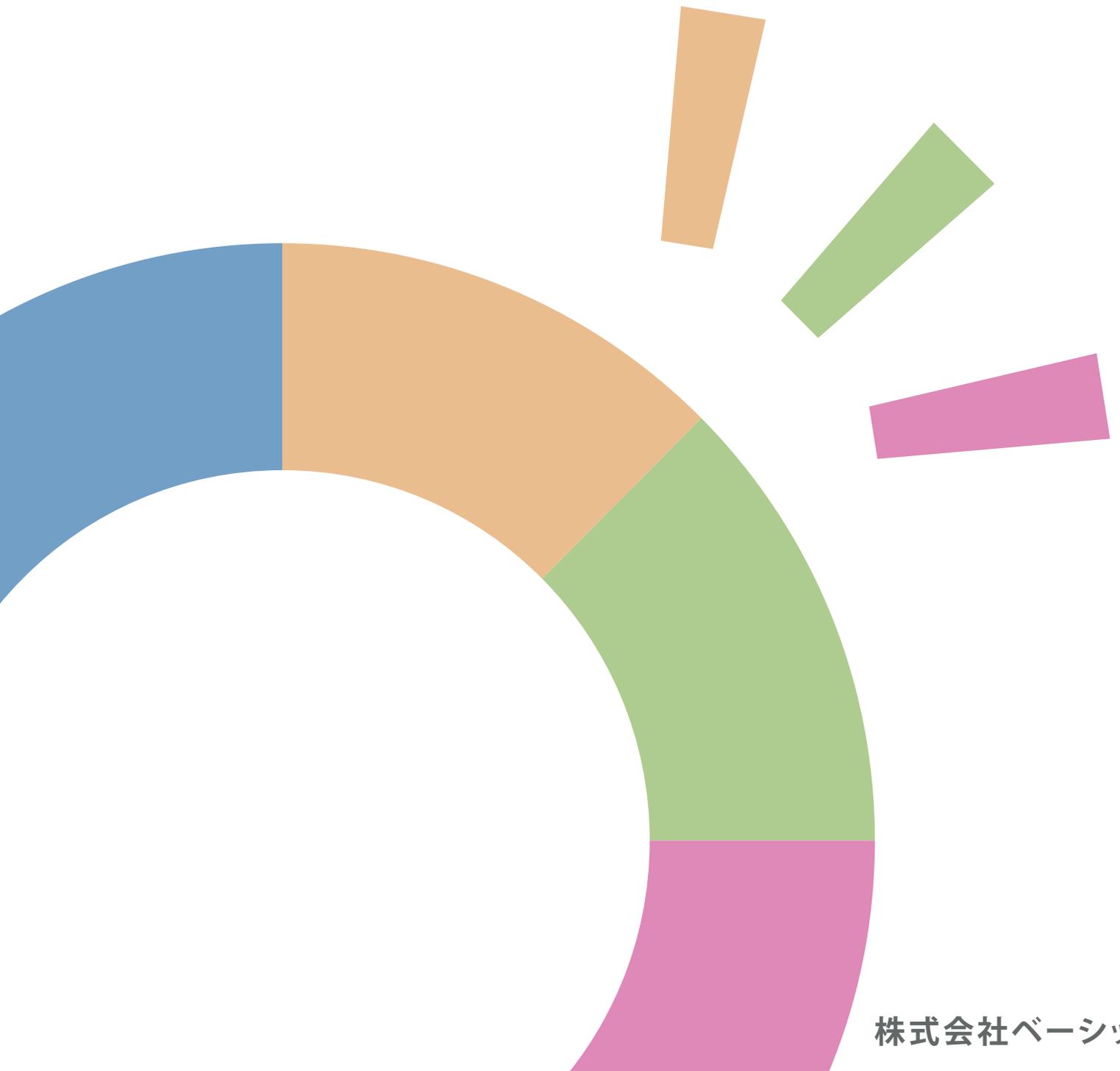


ferret  ne

SNSで集客を変える！

ソーシャルメディア マーケティングの教科書



目次

はじめに ～SNSを効果的に使えていますか？～

第1章

ソーシャルメディアマーケティングとは？

第2章

ソーシャルメディアの種類と特徴

第3章

ソーシャルメディアマーケティングの具体例

第4章

ソーシャルメディアマーケティングの手順

第5章

SNSを集客に繋げるためのテクニック

第6章

ソーシャルメディアマーケティングの注意点

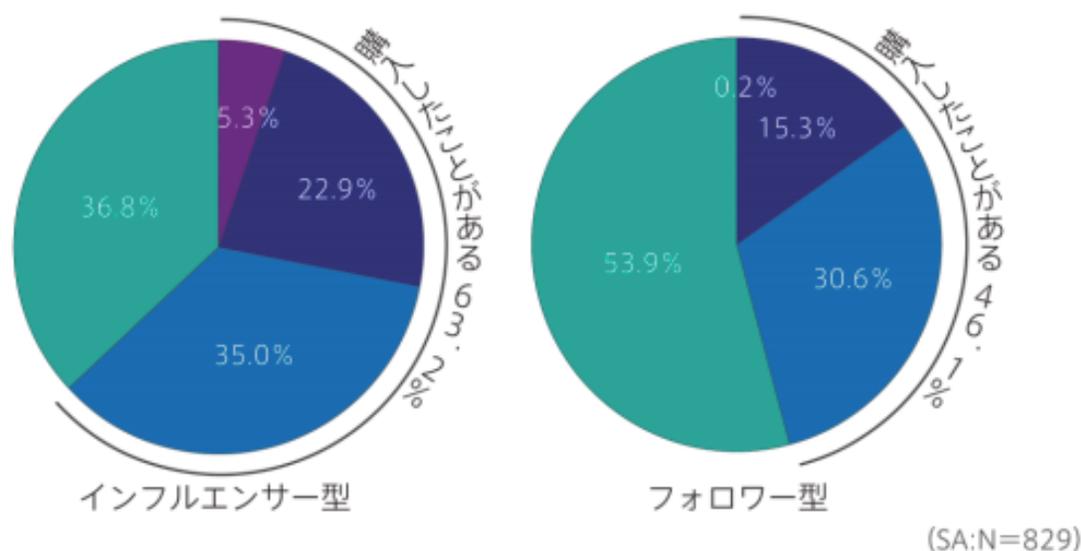
おわりに ～ターゲットやシナリオをもとにSNSを始めよう～

Facebook、Twitter、Instagram（インスタグラム）、LINEなど、いわゆるSNSを利用するユーザーは若者を中心に増加の一途をたどっています。近年では、若者ばかりではなく40代、50代以上の方でもLINEを連絡手段として利用しており、マーケティングの観点でも影響力を増していると言えます。

また、インターネットの普及により消費者行動も変化しており、最近では消費者が企業や商品との心理的な距離が重視されるようになってきています。そのため、TwitterやFacebookなどのSNSを商品プロモーションや消費者とのコミュニケーションに使おうとする企業が増えています。

SNSの投稿を見て、インターネットで商品を購入したことはありますか？

■ 日常的に購入している ■ 時々購入している ■ 購入したことがある ■ 一度も購入したことはない



▲ インターネットでの商品購入における、SNS投稿の影響

引用：トレンドーズ、女性のSNS利用と消費行動に関する調査を実施|トレンドーズ株式会社

<http://www.trenders.co.jp/wordpress/corporate/wp-content/uploads/2016/05/mpr20160511.pdf>

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

特に、女性の消費者とSNSとの関係性は徐々に強くなりつつあります。トレンドーズ株式会社が実施した女性のSNS利用と消費行動に関する調査によると、調査対象者の女性のおよそ50%が、SNSの投稿をきっかけにして商品を購入したことがあると答えています。ターゲットは選びますが、ソーシャルメディアは消費者との関係構築、そこからの購買促進に効果を発揮することでしょう。

しかしながら、運用の体制や知識不足といった問題により、ソーシャルメディアをビジネスにおいてなかなか活用しきれていないといった声が多いのも事実です。

この資料では、SNSを集客に活用する「ソーシャルメディアマーケティング」について、考え方や実施にあたっての方法論などをご紹介します。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

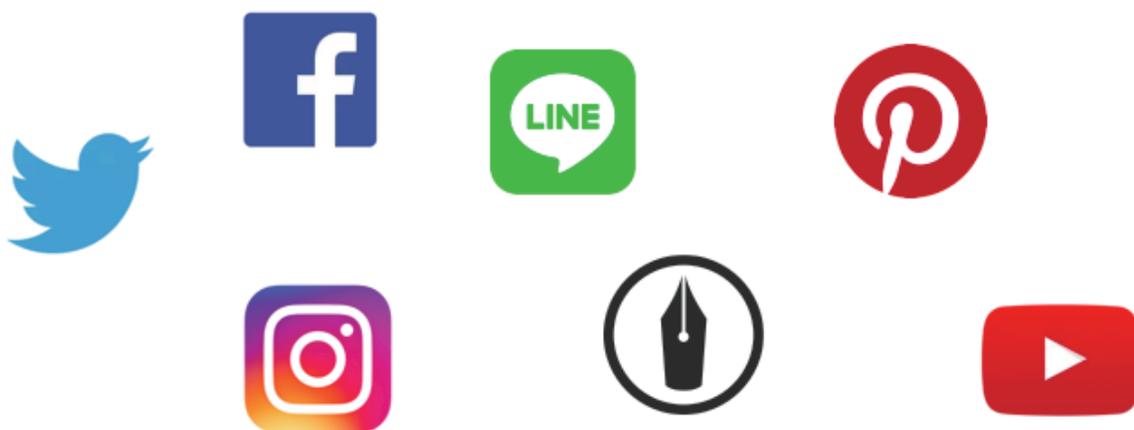
などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

1 | ソーシャルメディアマーケティングとは？

1▶ ソーシャルメディアとは？

ソーシャルメディアとは、不特定多数の人がコミュニケーションを取ることで、情報の共有や情報の拡散が生まれるインターネット上の媒体のことです。

広い意味ではインターネット自体がソーシャルメディアともいえますが、一般的には、電子掲示板、お悩み投稿サイト、SNS（FacebookやTwitter、Instagram）、動画配信サイトなどを指します。細かいところでは、ECサイトで見かけるレビュー・感想などもソーシャルメディアの一部です。



▲ ソーシャルメディアの一例

2▶ ソーシャルメディアマーケティングとは？

ソーシャルメディアマーケティングは、その名のとおり、ソーシャルメディアを使ったマーケティング手法のことです。ソーシャルメディアで定期的に投稿し、ユーザーと交流をすることで商品の宣伝をしたり、ブランディングを行ったりします。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

3▶ ソーシャルメディアマーケティングを実施する3つのメリット

ソーシャルメディアマーケティングの強みは次の3つになります。

- ①ユーザーに親近感を持ってもらえる
- ②ユーザーの声を直接拾える
- ③無料で集客施策を実行できる

①については先にも触れました。テレビ番組に限らず、企業がSNSを使いユーザーと接点を持ち、関係構築をしている例は少なくありません。

Twitterを活用している事例として注目されているNHK広報局 (@NHKPR) やタニタ (@TANITAofficial) などは、ユーモアのあるツイートやユーザーへのコメントを繰り返すことで多くのファンを作っています。また、何よりのメリットとして、ユーザーの声を拾える点が挙げられます。かつて、企業がユーザーの声を集めるため、大きな予算を投じてアンケートを実施しなければなりませんでした。

しかし、今ではSNSを利用することで、ユーザーの率直な生の声をお金をかけずに集めることができます。それどころか、ユーザーのアカウントを調べることで「どのようなお客様に自社商品が愛好されているのか」といった分析も可能です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

2 | ソーシャルメディアの種類と特徴

次々と新しいサービスが登場。ソーシャルメディアの種類は年々増えていて、それぞれの利用しているユーザーの性質に違いがあります。

そこで各々の運用する際は、自社商品・サービスの告知やブランディングをするにあたり、ターゲットとなるユーザーがどのソーシャルメディアを利用しているのか、というのを理解する必要があります。

ここでは、主要なソーシャルメディアを4つのタイプにわけてご紹介します。

1 ▶ SNSタイプ

■ Facebook



アクティブユーザー：2,800万人

ユーザー年齢層：30～40代

特徴

- ・ 実名SNS
- ・ リアルな繋がりの延長線上にある

Facebookは、日本国内で2,800万人が利用するSNSです（2017年現在）。

よく比較されるTwitterとの違いは「実名制」を義務づけているため、ビジネス・プライベート問わずリアルな人間関係でのコミュニケーションが行われる傾向にあるという点です。Facebookではコメント投稿だけではなく、写真・動画などの情報の共有ができ、それに対して「いいね!」「コメント」「シェア」といった反響を返してもらうことができます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

無料で利用ができますが、有料で広告を出稿することもできます。

シェアしたものが、リアルな友人にも共有されてしまうため、お役立ち記事や面白記事などを投稿するのがオススメです。逆に、コンプレックス系の記事は、知り合いに見られたくないという意識から、あまり反響を得られないようです。

■ Twitter



アクティブユーザー：4,500万人

ユーザー年齢層：20～30代

特徴：

- ・匿名SNS
- ・共通の趣味でコミュニティを形成している

Twitterは140文字以内の短文で、コミュニケーションを取り合うコミュニティサービスです。Twitterは「小鳥のさえずり」を意味する言葉で、Twitterに投稿することを「つぶやく」「ツイートする」と言います。その利用の手軽さから会員数は伸び続け、現在では国内で4,500万人の方が利用しています（2017年現在）。

Twitterでは、友人や気になる人を「フォロー」することで、それらの人の投稿を自分のタイムラインに表示させ、いつでも確認することができます。したがって、自分の趣味や関心事にまつわる人物をフォローし、見ず知らずの人とも交流することもできます。

Facebookと違い匿名性であることから、過激な投稿も比較的多く、特定のアカウントに批判が集中してしまう“炎上”といった事態も起こります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

■ Instagram



アクティブユーザー：2,000万人

ユーザー年齢層：20～30代

特徴：

- ・写真投稿型SNS
- ・女性のユーザーが多い

インスタグラムは写真の投稿をメインとするSNSで、特に20代の女性を中心に利用されています。現在では2000万人のユーザーがいると言われています（2017年現在）。

ほかのSNSとの違いは、写真の投稿に対して「いいね！」や「コメント」をすること、そして「#（ハッシュタグ）」と呼ばれるタグを付けて投稿することによって、そのタグを検索したユーザーに見つけてもらうという独自の仕組みにあります。

若い女性の間では「インスタ映え」という言葉が流行り、いかにインスタグラムで目を引く写真を投稿できるかが行動のモチベーションになっている人までいるほどです。若い女性ユーザーを引き込みたい飲食店やイベントの主催者などは、インスタグラムを活用すると良いでしょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

2▶ 動画サイトタイプ

動画サイトも、自由な動画投稿やそれに対するコメントが行われることから、ソーシャルメディアの1つと言えます。最近ではYoutuber（ユーチューバー）と呼ばれる動画投稿者が注目を集めています。彼らは動画の再生回数に応じた広告収益や、企業の商品を代わりに宣伝するなどしてプロモーション収益を得ているのです。

企業が、Youtubeなどの動画投稿サイトを集客に利用する場合には、自社商品をPRする動画を投稿するか、ユーチューバーのような影響力のある第三者に紹介してもらおうといった方法が考えられます。ちなみに後者のような方法を「インフルエンサーマーケティング」と言います。

動画サイトの年齢層は比較的若く、10代～20代に訴求したい場合にオススメです。

3▶ お悩み投稿サイトタイプ

お悩み投稿サイトは「Yahoo!知恵袋」や「教えて!goo」など、ユーザーが自分の悩みや知りたいことを、オンライン上で他のユーザーに聞くことができるサービスです。

ソーシャルメディアマーケティングでは、この場で商品やサービスの認知拡大をするというよりも、ターゲットに近いユーザーがどのような悩みを持っているかというリサーチに利用するのが良いでしょう。

SNSで投稿する記事のタイトルやテーマで悩んだ場合、メインとなるキーワードでお悩みを検索し、どのような記事を書けば良いのかを考えてみましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのか分からない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

4▶ ブログタイプ

ブログをソーシャルメディアと見なすことを疑問に思う方もいるかもしれませんが。ただ、「コメントを」残せるブログもあり、その場合はユーザーとの双方向のコミュニケーションがはかれるため、ブログもソーシャルメディアの一種と言って良いでしょう。

ブログの利点としては、書いた記事がブログ内に蓄積されていくことで評価が高くなり、Googleなどの検索結果で上位に表示されやすくなるということが挙げられます。いわゆるSEO対策にもなるという点です。

飲食店や不動産屋など、実店舗を持つ業態であれば、従業員の人となり伝わるため、スタッフブログという形で活用している企業もあります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

3 | ソーシャルメディアマーケティングの具体例

続いて、ソーシャルメディアを使ったマーケティングの具体例を見ていきましょう。
弊社の運営するWebマーケティングメディア「ferret」のFacebook運用に関して簡単にご紹介します。



ferret [フェレット] | Webマーケティングがわかる・できる・がんばれる

<https://ferret-plus.com/>

「ferret」は、ホームページ集客に携わる方に向けて、日々お役立ち情報を発信しているWebマーケティングメディアです。現在、36万人以上の会員様にご覧いただいています。

すでにWebマーケティング系のメディアサイトとしては有名になりつつありますが、より多くのお客様にご利用いただけるよう、SNSの運用にも力を入れています。

SNSは、メディアとしての認知拡大・記事閲覧数の向上などを目的としており、いかに「ferret」のメディアサイトやSNS上のページに来てもらうか、ということ日々考えています。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

「ferret」ではTwitter・Facebookの2つSNSを運用していますが、配信している記事の性質上、ビジネスで利用しているユーザーが多いFacebookとの相性が良いようです。



Facebookでの取り組みとして、露出を増やすためにFacebookからの評価を高めるような運用を行っています。というのも、Googleと同様Facebookでも、ページを評価する“アルゴリズム”というものがあるため、良い評価を受ける必要があるためです。

Facebookのアルゴリズムは「エッジランク」と呼ばれ、「エンゲージメント率」などの要素がこのランクに影響を与えていると言われています。エンゲージメント率とは、1投稿あたり「いいね!」数や「コメント」数、「シェア」数といったユーザーの反応が起こる割合のことです。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

したがって、読みたくなるような・クリックしたくなるようなコメントとともに記事を投稿したり、一度記事を「いいね！」してくれたユーザーに対して「ferret」のFacebookページへの「いいね！」を要求したり、ということは積極的に行っています。



▲ 読みたくなるようなコメントを入れて記事の投稿を行う

また、記事を「いいね！」「シェア」してくれたユーザーに対して「いいね！」をするなど、エンゲージメントという観点からユーザーとのコミュニケーションを大事にしています。こうしたユーザーとのコミュニケーションや、SNSごとのアルゴリズムを意識した運用によって、メディアの存在に気付いてもらうとともに、安心感・親近感を持ってもらえるような取り組みをしています。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

4 | ソーシャルメディアマーケティングの手順

1▶ 目的・目標を定める

ソーシャルメディアマーケティングに取り掛かる前に、施策の目的・目標を明確にしましょう。

これらを明確にしていなければ、施策の有効性を正しく評価することができません。

例：ある施策の結果、Twitterで投稿した記事からお問い合わせが50件発生したとします。人によって50件という数に対して思うところは違うため、それが多いか少ないかを判断することはできません。

また、そもそもなぜTwitter経由でお問い合わせを発生させなければならないのか、という点が明らかになっていないと、当初の狙いと外れた動きを取ってしまう可能性があります。

よって、まず目的を考えてみる必要があります。

ソーシャルメディアマーケティングの目的を大きく分けると、売上の向上・費用の削減・顧客満足度の向上の3つになりますが、今回の施策の目的が何に当たるのか再確認しましょう。例を挙げると以下のようになります。

- ・これまで訴求できていなかった新規顧客にアプローチすることで売上を増やす
- ・リスティング広告に依存せずに集客できるようにする
- ・既存会員とコミュニケーションをはかることで顧客満足度を高める

目的が定まったら、続いて目標を決めます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

目標設定においては、指標と総定数、達成期限を明確にしましょう。

目的：売上向上のため、新しい媒体で自社サービスの認知を高める

目標：Twitterで事例記事からお問い合わせを10件獲得する（12月までの1ヶ月間）

上記のような目的・目標を定めて、それらを達成すべく施策の詳細を詰めていきましょう。
なお、この場合の目標のように、目的を果たすために重要な評価指標のことを「KPI（Key Performance Indicator）」と呼びます。

ソーシャルメディアマーケティングにおいて、KPIとして置かれる指標には次のようなものがあります。

<ソーシャルメディアのKPIの一例>

- ・ いいね！数
- ・ コメント数
- ・ シェア数
- ・ フォロワー数
- ・ 資料ダウンロード数
- ・ ホームページへの流入数
- ・ クリック数
- ・ 記事のPV数

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

2▶ターゲットを決める

目的・目標を明確にしたら、次にターゲットを定めましょう。

ソーシャルメディアによってユーザー層が異なるため、このターゲット設定を誤ると、効果の薄いソーシャルメディアで情報発信をすることになってしまいます。

既存のお客様を想像しながら、どのようなユーザーにアプローチをしたいかを再確認しましょう。

《ターゲット設定の項目》

- ・性別
- ・年代
- ・ステータス(職業や職種、欲していることなど)

例) 20代後半~40代の男性で、1人でウェブ関連のマーケティングを任されているマーケティング担当。レポート作成に時間がかかり、本来の「マーケティング」に時間が割けていないのが悩み。

ターゲットの設定ができたら、続いてペルソナを作成します。ザックリとしたイメージではなく、サービスに関わる全員が「鮮明に顔がイメージできる」くらいにお客様像を具現化しましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

《ペルソナ設定項目》

- ・ 年齢
- ・ 性別
- ・ 血液型
- ・ 職業
- ・ 年収
- ・ 最終学歴
- ・ 趣味
- ・ 恋人の有無・未婚・既婚
- ・ インターネット利用頻度
- ・ 食生活（外食派か自炊派か）
- ・ 好きな本
- ・ 好きな映画
- ・ 好きな番組
- ・ 好きな音楽
- ・ 好きな芸能人
- ・ 好きな雑誌
- ・ インドアorアウトドア
- ・ 週末の過ごし方

3▶ シナリオを作成する

ターゲットが定まったら、お客様とのコミュニケーションの設計図を描いていきましょう。どのタイミングで、どのチャンネルで、どんなコンテンツを読んでもらうのか、といったものです。「カスタマージャーニーマップ」とも言います。

カスタマージャーニーマップとは、お客様の感情の移り変わりも想像して記載するものです。「潜在状態」「課題認知」「解決策収集」「導入検討」の各段階において、お客様の「マインド」「行動」がどのような状態にあるものなのか、そうしたマインドや行動を踏まえてどのようなチャンネル・コンテンツでアプローチするのかを整理したものです。

一例を次ページに示します。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

	潜在状態	①課題認知		②解決策収集		③導入検討	
検討段階	漠然と不安を感じている	①課題感の認識	②課題の具体化	③課題解決の情報収集	④課題解決策の絞り込み	⑤候補の比較検討	⑥導入サービスの決定・正当化検討
見込み顧客の状態	不便であることは感じているが、解決すべき課題と認識していない。	Webマーケティングがうまくできていないという漠然とした不満感。 コンテンツマーケティングやSEOなどやらなければならないとわかっている。	会社にてWebマーケ、コンテンツマーケやろうという話になっている 一度やったことはあるが、お金ばかりかかってうまくいかなかった	事例を中心にどんなやり方があるか情報収集している。 SEO、CM、CMS、ざっくりだけどいくつか方法があることがわかった。	コンテンツマーケティングを通じて、検索エンジンからの集客をすることにした。	サービス内容や価格について理解した。 決裁者への合意確認。	契約条件を確認。 社内で説明できる状態。
接触チャンネル	なし	・知り合いから聞く、展示会 ・検索エンジン ・SNS	・広告 ・検索エンジン ・SNS ・知り合いから聞く、展示会	・広告 ・ferret メルマガ ・検索エンジン ・知り合いから聞く、展示会	・検索エンジン ・本やニュースメディアなどの媒体 ・知り合いから聞く	営業スタッフ（仮申込み）	営業スタッフ（本申込み）
接触コンテンツ		・本やニュースメディアなどの媒体	・本やニュースメディアなどの媒体 ・ホワイトペーパー ・ferret（サイト、メルマガ）	・ferret（サイト、メルマガ） ・サービスサイト ・本やニュースメディアなどの媒体 ・セミナー	・ferret（サイト、メルマガ） ・サービスサイト ・セミナー ・サービス紹介資料	・サービスサイト ・サービス紹介資料 ・無料トライアル	・サービス紹介資料 ・無料トライアル ・初期費用キャンペーン

4▶ ターゲットにより適切なソーシャルメディアを選ぶ

先に作成したペルソナとシナリオを踏まえて、効果の高いと思われるソーシャルメディアを選択しましょう。

実際にターゲットに近いユーザーがどのソーシャルメディアを利用しているかを調査し、「いいね!」「コメント」といったアクションをしている投稿を参考にするとよいでしょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

5▶ 運用ルールを定める

ソーシャルメディアは、運用の仕方を間違えると“炎上”といった問題に発展する恐れがあります。そのため、運用にあたっては、部署内で明確なルールを定めておくべきです。

投稿時間や投稿頻度、投稿内容やそのチェック体制など、明確に決めておきましょう。

6▶ 実行と検証・改善を繰り返す

ソーシャルメディアマーケティングは投稿して終わりではありません。様々な条件のもとで自社の投稿に対してのビュー数・アクション数を計測し、最適な運用方法について考えて見ましょう。

効果検証を繰り返すことで、どのような投稿がユーザーにとって面白いと感じてもらえているのか、もっとも効果の高い投稿時間がいつなのか、といったことがわかります。

「ferret」が以前（2014年頃）Facebookで検証したところ、反響が高かった時間帯は夜の20～23時の時間帯だということがわかりました。このことにより、「ferret」を見てくれているユーザー層が仕事帰り、もしくは帰宅後の時間帯に情報収集を行っているということが推測できます。

「ferret」の場合は、ビジネスパーソンがユーザーとなるため、このような時間帯の反応が良いとされています。自社の商品・サービスのユーザー層がどの時間帯に活動をするかということを念頭に置いた上で仮説を立て、検証を行いましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

5 | SNSを集客に繋げるためのテクニック

ソーシャルメディアの中でも、とりわけ取り組みやすいのがSNSです。

SNSを集客に活用するために知っておいて欲しいテクニックをご紹介します。

1▶ユーザーときちんとコミュニケーションをとる

ソーシャルメディアマーケティングの肝は、ユーザーとのコミュニケーションを取ることです。ユーザーが何らかのアクションを取ってくれた場合、それに対して反応を返すことが有効です。

例えば、ユーザーが自社の記事をコメント付きでシェアしてくれた場合、それにコメントを添えてシェアするようにするなど、あらかじめ対応を決めておくといいでしょう。

あまりにも自由にユーザーと絡んでしまうと、不用意な発言で“炎上”を生んでしまう可能性があるので気をつけましょう。

2▶ユーザーの自尊心を満たすようなコンテンツを用意する

「インスタ映え」や「SNS映え」が意識される理由として、時代背景が“モノ消費”から“コト消費”へと移行している影響が挙げられます。

オンラインで商品がいつでもどこでも購入できるようになったことで、消費者は単にモノを手に入れるためだけで満足せず、特別な体験を求めるようになったのです。そこでしか体験できないコトに出会った記録として、写真を撮り、友人にシェアをすることで自尊心を満たしていると言えます。したがって、ほかのお店にはない、特別な体験ができるような仕組みを用意しておくといいでしょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

飲食店であれば写真映えを意識した特別メニューを作ってみるのも戦略の1つです。

3▶ 反応の良いものを再投稿する

ソーシャルメディアで投稿した内容は、投稿してすぐに見てもらえるとは限りません。反響を呼ぶはずの投稿が、タイミングによって何の反応も得られないこともあります。したがって、一度発信して思ったような反応が返ってこなかった投稿を、時間を変えて再度発信してみましょう。

また、日に何度も投稿しなければならない担当者からすると、その都度投稿内容を考え直すのも億劫なもの。このテクニックを使えば、内容を再利用することにより、工数をかけずに反響を得ることができます。

4▶ 予約投稿サービスを利用する

ユーザーによってソーシャルメディアを利用する時間帯が異なるため、なるべくターゲットが活動する時間帯で投稿をする必要があります。

しかし、スケジュールの都合上、ちょうど良いタイミングで投稿することが難しいといったことは当然起こり得ます。そんな時にオススメなのがSNSの予約投稿サービス。時間帯を指定して、投稿内容をセットすれば、パソコンの前になくとも自動的に投稿を行ってくれます。

参考記事：「Hootsuite」で簡単にFacebookとTwitterの予約投稿をする方法

<https://ferret-plus.com/3601>

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

6 | ソーシャルメディアマーケティングの注意点

ユーザーとコミュニケーションをとり、関係構築を行うソーシャルメディアマーケティングですが、実施にあたって気をつけて欲しいことが3つあります。

取り組む前に以下の点を確認してください。

1▶ 定期的に更新を行うこと

この施策ではユーザーとの交流が肝になるため、やったり・やらなかったりといった不定期更新はかえって信頼を損ねてしまいます。取り組みを始めたからには、定期的にコメントを投稿するようにしましょう。

投稿の頻度はあまり多すぎてもユーザーをウンザリさせてしまうことにもなるため、1日数回を意識しましょう。少なくとも1回は投稿するべきです。

2▶ ユーザーの利用しているソーシャルメディアを選択すること

自社の商品・サービスのターゲットとなるユーザーが利用しているソーシャルメディア上でアプローチをしないことには、当然ながら反響が得られません。せっかく時間をかけてコメントを考え投稿しても、ユーザーのいないSNSでは時間の無駄になってしまいます。

第3章でご紹介したようなそれぞれのソーシャルメディアの性質や特徴を考慮して、工数に見合う成果を期待できるものを選択しましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

3▶ 企業として実施する場合は“炎上”に注意

SNS、特にTwitterを運用する際には、投稿内容に気を配らないと“炎上”を起こしてしまうこととなります。不用意な発言や操作ミスによってフォロワーや他のユーザーの批判に会わないためにも、担当者はソーシャルメディアの常識を理解していなければなりません。

ソーシャルメディアでの発信内容や、運用方法について、明確にルール化しましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

——— などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。 ———



ferret One マーケター
佐藤 亮太

今回ご説明したとおり、ソーシャルメディアマーケティングはインターネット上でユーザーとコミュニケーションを取ることで、関係構築をしながら商品の購買に繋げていく施策です。

広告とは違い無料からでも始めることができ、ユーザーと中長期的な関係性を結ぶことができるという強みを持っています。そのため、費用をかけずに集客をしたい、コアなファンを育成したいといった課題を感じている場合に最適な施策と言えます。

ソーシャルメディアマーケティングに興味を持っていただいた方は、まず手軽なところでTwitterやFacebookなどのSNSから着手してみるのもよいかもしれません。

ただし、注意して欲しいのは、TwitterやFacebookなどのツールありきで施策を実行してはならないということです。

集客を改善したい人が目を向けるべきはツールではなくお客様です。

まずお客様がどのような人物なのか、どんな媒体で情報を収集しているのかという点を明らかにする工程を飛ばしてはいけません。大事なことはターゲットを明確にし、その行動パターンをもとに最適なコミュニケーション手段や施策を選択することだ、ということをお忘れなくください。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

したがって、これからソーシャルマーケティングを始めたいという方は施策に取り組む前に、まずは自社のマーケティング全体像を整理しましょう。

Webマーケティング総合メディア「ferret」を運営する弊社でも、そうしたマーケティングに必要な考え方を身に付け、実践できるものとして「ferret One」を提供しています。ソーシャルメディアで発信するための記事の書き方やSNSの運用方法など、「ferret」が実践しているマーケティングの方法論を習得したい方はぜひ、お問い合わせください。

なお、本書をご覧いただいた方に、ホームページの無料診断をご用意しております。SNSに限らずインターネット集客全般にお悩みをお持ちであれば、お気軽にお問い合わせください。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。