

## 第7章 SNS活用術

SNSはビジネスの集客などにも役立つツールとなり、売りたい商品・サービスに興味を持ちそうな、将来顧客になる可能性が高い「見込み客」を集める役割を果たしてくれるのです。

具体的には、Instagram、Twitter、YouTubeなどのSNSで広く情報発信し、見込み客に自分のことを知ってもらう必要があるんです。具体的には…

### ◎SNSマーケティングの5ステップ

- (1)**コンセプトを作る**: SNSを始める前に、自分の商品・サービスのキャッチフレーズであるコンセプトを決める。
- (2)**Instagramでフォロワーを集める**: 最初に始めるべきは、エンゲージメント(ユーザーが投稿に対し反応を示した回数のこと)の高いInstagram。
- (3)**Twitterでフォロワーを集める**: Instagramの次のステップとして、Instagramよりもユーザーとコミュニケーションが取りやすいTwitterを運営する。
- (4)**YouTubeでチャンネル登録を増やす**: YouTube動画は、一度配信すればInstagramやTwitter以上に長期にわたって見られ続け、動画が自分のかわりに商品・サービスの営業をしてくれるというメリット

がある。

(5)LINE公式アカウントで発信する:Instagram、Twitter、YouTubeで興味を持ってくれた人をLINE公式アカウントに誘導し、「友だち登録」してもらう。

まずSNSマーケティングを始める前にすべきは、「コンセプト」を作ることです。コンセプトは、「〇〇の人のための〇〇の専門家」という形にして、自分の商品・サービスによってターゲットに何をしてあげられるか、はっきり示します。

例えば、「肌荒れで悩んでいる人のための肌年齢改善専門家」「筋トレ初心者のための15分でできるワークアウト専門家」です。そして、コンセプトを作ったら、InstagramやTwitterに掲載しておきます。

次に各SNSのポイントですが、Instagramでは、ビジネスを売り込むよりも、役立つ情報を発信することを意識します。必ずしも「インスタ映え」する必要はないんです。画像にキャッチーなタイトルを大きく入れるなどして、投稿を目立たせる方が重要となってきます。プロフィール欄の冒頭には、「〇〇のための〇〇の専門家」という自分のコンセプトを載せ、その下に自分の投稿を読んで得られるメリットを箇条書きで並べておきます。LINE公式アカウントやホームページなど、見込み客を誘導したいURLも掲載します。

Twitterは拡散機能を利用します。そのためにはフォロワーと積極的にコミュニケーションを取り、自分に価値を見出してもらいます。そしてLINE公式アカウントの「友だち登録」に誘導し、商品・サービスの購

入につなげていくのが定石なのです。

**YouTube**ですが、InstagramやTwitterの投稿をひとつ読まれるより、YouTubeで動画を1本見られる方が、より自分のことを知ってもらいやすいです。動画を視聴していると、「私もやってみたい」「参加してみたい」という気持ちが湧きやすいというメリットもあります。実際に商品やサービスを体験してみたいと思ってもらえるような動画を作り、LINE公式アカウントに誘導します。

最後に**LINE公式アカウント**ですが、各SNSから見込み客を集めたら、LINE公式アカウントの一斉送信のメッセージやタイムラインで自分のキャラクターを発信します。キャラクター発信のためのポイントは、7割はビジネスに関連したお役立ち情報で、残り3割はプライベートな内容にします。プライベートを開示し、人となりを表現することで、信頼感が醸成され、商品・サービスを買う際の不安が薄れるのです。

これにより、一気に見込み客と信頼関係を構築でき、商品・サービスの購入につながるのです。

ビジネスとしてのSNS活用も、ちょっとした知識を持っているだけで結果は大きく変わってくるので、ご参考になればと思います。

それでは貴社のホームページを分析して、どのような内容のSNSを発信するのが最適なのかをご提案させていただきます。

貴社のWebサイトを分析！

※ここには分析結果が表示されます。