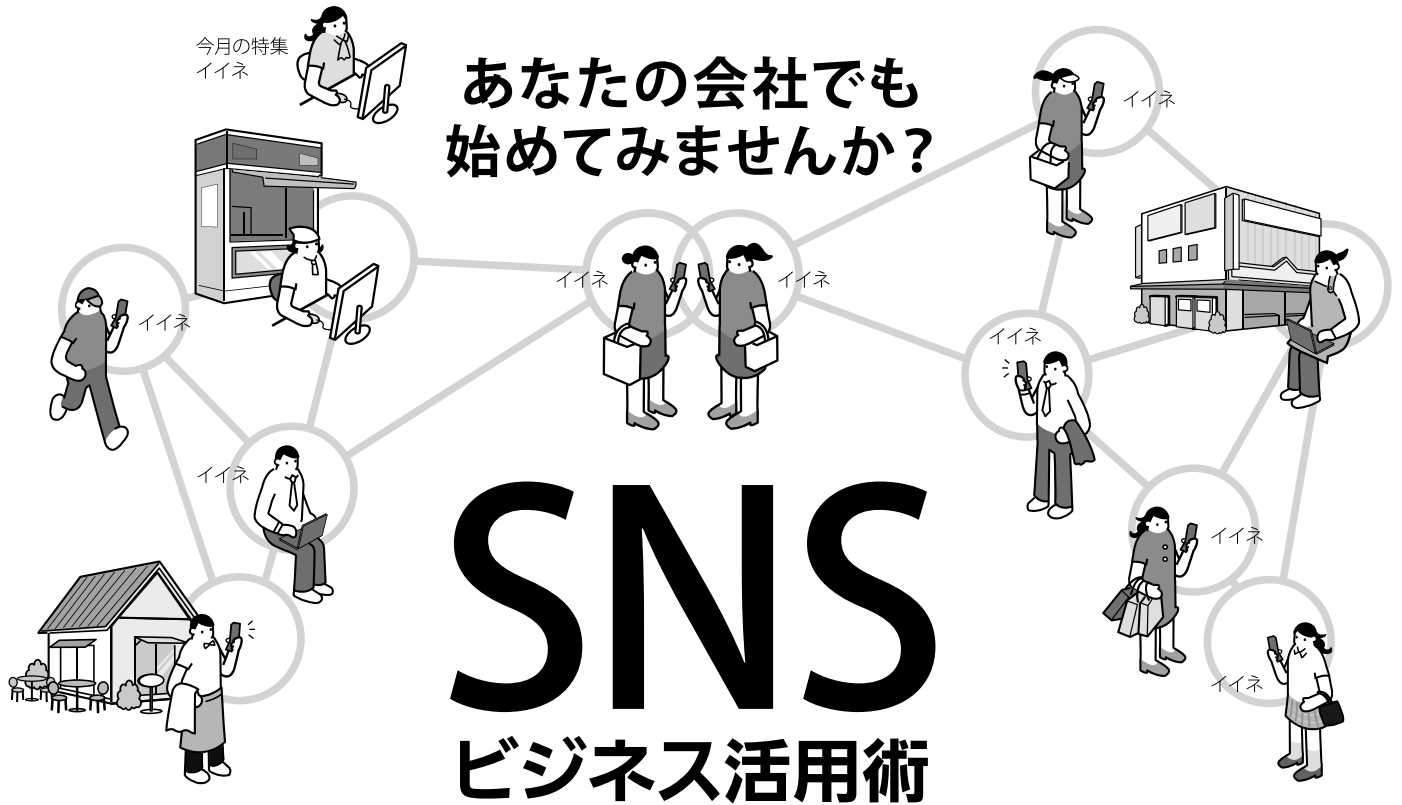


今月の特集
イイネ

あなたの会社でも 始めてみませんか？



SNS ビジネス活用術

人と人とのつながりを深める新しいツールとして、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(通称: SNS)が今、注目を集めています。

代表的なSNSの1つでもあるフェイスブックをみても、全世界の利用者が10億人、日本国内で1,400万人、宮城県でも7万人を超える利用者があり、その活用方法はビジネスから個人利用まで実にさまざま。

例えば、東日本大震災の際は、電話やメールが繋がらない中、安否確認や緊急連絡の手段としてSNSが活躍。また、中東・北アフリカに湧き上がった一連の民主化要求運動。その背後にもSNSによる大衆動員力があつたと言われていいます。

近年では、こうしたSNSの「情報拡散力」をビジネスに活用する企業も増えてきています。本号では、SNSの基礎知識から、活用事例、利用する上での注意点などをご紹介します。

SNSは「共感」を伝達するコミュニケーションツールです。

まず、SNSがどんなものなのかを整理してみましょう。

SNSってなに？

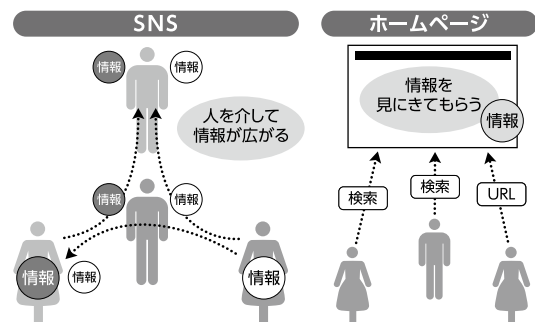
SNSとは人と人とのつながりをサポートするWebサイトです。居住地や出身校、同じ趣味や嗜好を持つ人同士の“つながり”を通じて、新たな人間関係を構築する場を提供するコミュニティ型の会員制サービスをさします。おもなSNSにはツイッター、フェイスブック、ミクシィ、グループプラスなどがあります。

ホームページやブログとの違い

SNSは「1対多数」のコミュニケーションが基本。発信した情報が友人へ、「おもしろい」と思えばさらに別の知り合いへと流れていきます。ホームページなどのウェブサイトが蓄積型なのに対して、SNSが拡散型のメディアとい

われるのは、発信した情報の広がりやすさにあります。

またブログ同様、コメントを書き込む機能がありますが、SNSではコメントを書き込んだユーザーのプロフィールが確認できるので、その後もコミュニケーションがとりやすいといった特徴があります。



おもな種類を知っておこう。

さまざまなSNSの中から、代表的な2つをご紹介します。



facebook

● フェイスブック

世界最大のSNS。ユーザー数は世界で10億人にもものぼります。会員登録は「実名」で行わなければならない、交流する相手を「友だち」として承認し、その輪を広げていきます。ユーザー名を実名にするフェイスブックは、匿名性を好む日本人には受け入れられ難いのではないかといわれた時期もありますが、実名であることが情報の信ぴょう性を高め、安心感をもって受け入れられ、爆発的にユーザー数を増やしています。

Twitter

● ツイッター

ツイッターとは、英語で「鳥のさえずり」を意味します。特徴は発言(ツイート)の文字数が「140文字」と決まっていること。この短い文章は「つぶやき」と呼ばれ、ウェブ上で公開されるので、ユーザーが「非公開」に設定していなければ、誰でも「つぶやき」を閲覧することができます。また趣味や興味が似ているユーザーを「フォロー」することで、相手の許可を必要とせずに情報が得られるしくみになっています。

簡単に利用できる手軽さが魅力

専門的な知識は不要。無料で手軽に気軽に始められるSNS。



自社のHPをまだお持ちでない方は、手始めにSNSからスタートしてみることをお勧めします。SNSはワードの入力ができる方であれば、ITに関する専門的な知識がなくても簡単にページを開設することができます。パソコンはもちろん、スマートフォンや携帯電話からでも気軽に登録や書き込みを行うことが可能です。

既に自社のHPをお持ちの場合でもSNS上に企業ペ

ージをつくれれば手軽にSEO対策(自社のサイトが検索結果の上位に表示されるように工夫すること)ができます。特にフェイスブックは実名登録での利用が原則なので、ユーザー同士のモラル意識が高く誹謗中傷などが書き込まれる危険性が他のSNSに比べて低いといわれています。初心者の方はまずフェイスブックから始めてみてはいかがでしょうか。

SNS活用のコツ

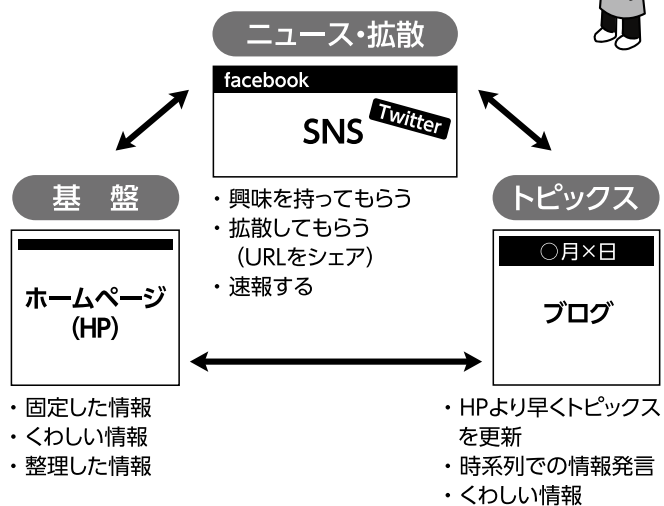
SNSは打ち出の小槌ではありません。



多くの企業は、HPやブログなど、今までのネット活用基盤のうえに、SNSならではの特徴を組み合わせて効果を上げています。

SNS上では毎日いろいろな人が投稿し情報が流れていきます。情報を拡散するパワーが強い一方、投稿は数日たてばほとんど閲覧されなくなります。

そこで、詳しい情報はHPに置き、トピックスはブログに記載。SNSにはポイントを簡潔に速報性をもって発信し、コミュニケーションを深める。そして、情報に興味を持った人をHPやブログに誘導する流れをつくるのがお勧めです。



めざせ！ソーシャルメディア活用企業のパイオニア！



SNSをビジネスに活かすには、どのような手法があるのでしょうか。自治体や企業にその活用方法を提案、運営をサポートしている後藤光正さんに、SNS活用のポイントなどを教えていただきました。



事業主の立場から①

「空席状況」をツイート、集客に結びつけています。

ネイルサロン「エンデュース」代表

西館 保宗さん

<http://www.enduce.jp/>

専門家の立場から

時代の流れにマッチしたコミュニケーションツールの活用を。

後藤 光正さん
株式会社 地域活性化事業部 地域プロデューサー



「共感」を伝えよう

ホームページやブログは、どちらかというと一方通行の情報発信といえます。一方、SNSは「情報」を伝達するのではなく、「共感」を伝達するコミュニケーションツールであるという点が、ホームページやブログとは異なります。

このSNSをビジネスで活用する時に大切なのが、「誰とつながりたいのか」を考えること。これさえ明確になれば、その人（たち）が喜びそうな話題を発信すればいいんです。内容は「おもしろい

ものを見つけたよ」とか、「雰囲気の良い店を見つけたよ」といった共感が得られる情報にしましょう。意外に思われるかもしれませんが、仕事の話は最小限にとどめるのが企業やお店のファンを増やす秘訣。実際の「商売でも、お客様の興味を引きそうな話題を通して仲良くなり、信頼関係を構築することは、皆さんが日頃から行っていることで、SNSもそれと同じ。ですから「SNSを始めればすぐに売上が上がるものではない」とことを認識しておいてください。

「拡散力」に期待

実際に企業でSNSを利用する時は、まずアカウントを取得し、管理者を決めます。フェイスブックの場合は、フェイスブックページと呼ばれる企業のPRサイトを「つくる」ことが可能です。このフェイスブックページはSNSに登録していない人も閲覧できるので、情報が拡散しやすいというメリットもあります。さらに「いいね！」や「シェア」ボタンでフォローされれば、フォローした人の友だちにもその情報が伝わり、口コミでの広がり期待できます。特に「シェア」機

能は「いいね」以上に強力な拡散力がありますので上手に活用してみてください。コメントには、素早い返信を心がけることが企業やお店、商品のファンのハートをがっちりつかむことにもつながります。

ちなみにフェイスブックでは登録者の「属性」に合わせて、ピンポイントでページ上に広告を出したり（有料）、ウェブ上でアンケートを実施できるなど、活用する方法は実に多彩。時代の流れにマッチしたコミュニケーションツールを、ぜひこの機会に活用してみてください。SNS黎明期の仙台でなら、「ソーシャルメディアのパイオニア」になれると思います。

後藤さんが教えるSNS活用のための

5大ポイント

- ① 複数名でページを管理する
- ② コメントには早く返信
- ③ 1日1回は書き込むことを目標に継続
- ④ 伝えたい情報より喜ばれる情報配信
- ⑤ 名刺などを使い、ページを告知する

それぞれの役割分担は？

昨年春、青葉区中央に「低価格」をコンセプトにオープンしたネイルサロン「エンデュース」。オープン以来、ホームページやブログ、ツイッターなどのSNSを活用しています。



ホームページはお店の「信頼」を確かなものにするために最も必要なツールだと思っています。当店はWEB経由の予約も承っていて、営業時間外でも予約連絡ができるので、大変好評をいただいています。ブログには、その月のオススメデザインやお客様に施術した作品などを掲載し、次回ご来店時のオーダーの参考にさせていただきます。ツイッターではリアルタイムに「空席状況」を発信し集客につなげ

ています。

SNSを利用する上での注意点とは？

不快感を与えることのないよう、文章表現には気を遣い、店舗でお客様を前にしている時と同じ気持ちでパソコンに向かっています。

売り込み情報の発信などもなるべく控えるようにしています。

今後のSNS活用法は？

お客様にとって利便性の高い予約方法を構築していきたいと思っています。

現在のシステムでは前日までの予約にしか対応できていないので、即日のご予約にも対応できるように改善していければと思っています。



「エンデュース」のツイッター
<https://twitter.com/fastnailenduce>



フォローしよう！



事業主の立場から②

お客様との距離を縮める

ツールとして活用しています。

居酒屋「おばやん」
小畑平蔵 商事務取締役

小畑 幸蔵さん

<http://izakaya-obayan.com/>



太白区長町で居酒屋「おばやん」を経営する小畑さん。1年前からツイッターやフェイスブックを駆使してお店のPRを実施。今では800人以上の人がファン登録をしています。

短期間で人気ページに急成長。

その秘訣は何だったのでしょうか？

フェイスブックの無料アプリを使って「懸賞」を実施したんです。応募条件は当店のページを「いいね！」すること。これです。当店のことを多くの方に知ってもらうためのアクションを起しました。

SNSをスタートして意外だった点

良かったなと思う点は？

予想以上に見られていることに驚いて

います。SNSのページ上にはコメントが付いていなくても、お客様から「今日更新していたね」「ツイート見たよ」と言われることもあり、スタッフも張り合いを感じています。

今後のSNS活用法は？

マメに情報を発信。そして、更新担当のスタッフ自らが楽しみながら、長続きさせることが重要かなと思っています。

今後は、フェイスブックの有料広告の活用なども視野に入れ、今まで以上にお客様との距離を縮めるツールとしてSNSを活用していきたいと思っています。



「おばやん」のフェイスブック
<http://www.facebook.com/obayan.kitchen>

【注意事項】

無意識の書き込みが気を付けよう。

SNSは、情報を拡散させるパワーをもつ一方で、「マイナスの情報」も猛烈な勢いで拡散させます。常に内容の社会性を意識して、発言することを心がけましょう。

お客様や取引相手のプライバシーを侵害していないか確認しよう。

共感を伝達するためのツールであるソーシャルメディアには、うれしかったことや驚いたことなどをつい書き込みたくなるもの。でもそれによって、会社の様子やお客様の様子まで第三者に知らせてしまうことにならないよう、気をつけましょう。

ネット犯罪に巻き込まれる

ことがないように、注意しよう。

実名で登録するフェイスブックには、名前だけでなく顔写真や住んでいる場所、出身校などを書き込む項目が設けられています。それによって交流できる人の幅が広がるメリットがある一方、その個人情報をご自分で開示するのを、ユーザー自身が選択する必要があります。知られたくない情報が流出してしまったり、それによって悪質な犯罪に巻き込まれたりすることがないように、自助努力を怠ることなく自己防衛に努めましょう。

SNSを活用し、消費者のニーズをスピーディに形にする。こうした動きは、商品開発に止まらず今では店舗づくりにも活用されています。当所でも、10月13日に「ネットを活用した販路拡大」についてのセミナーを実施し、その効果をご紹介します。また、年度内にも「SNSビジネス活用セミナー」の開催を予定しています。本特集を見て「うちの会社でも早速始めてみよう」と思った方は、ぜひ、当所経営支援チームまでご相談ください。アドバイザーをご紹介します。(要予約)TEL:265-8127

「進化した消費者参加型ビジネス」、その可能性はまだまだ広がりそうです。

