

経営

Valuable Business Information

さぶりメント

各方面の専門家による
ビジネスに役立つエッセンス

『無料』でできる情報発信 ～SNS×ウェブ×自分メディアの三段活用～

フェイスブック、ツイッター ってよく聞けど…

Facebook、Twitter、Google+、Instagram、mixi、GREE、Amebaなどなど。

よくSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)と呼ばれるインターネット上のサービスあれこれです。聞いたことはございますか？多分いくつかはご存知でしょうね。

ウィキペディアによると広義の意味で「社会的ネットワークの構築の出来るサービスやウェブサイトであれば、ソーシャル・ネットワーキング・サービスまたはソーシャル・ネットワーキング・サイトと定義される。この為、コメントやトラックバックなどのコミュニケーション機能を有しているブログや、2ちゃんねるのような電子掲示板も広義的にはソーシャル・ネットワーキング・サービスに含まれる」とあります。双方向のやり取りができるツールで、特徴としては個人間もしくは個人と企業など

の情報交換などに用いられるケースが多く見られます。ではこれらを使った事、もしくは使っていますか？代表的なフェイスブックを例に取ると日本では2008年にサービスイン、スマホなどの普及などで利用者は増え続け2012年には全世界で12億人が利用するまでになりました。

どんなことができるの？

例えば個人の使い方としては、私が今、子どもたちと温泉に来ているという写真を投稿すると、友だちが「いいね」を押してくれ、コメントを入れたりしてくれます。要するにリアルタイムで個人間の繋がりを感じるツールです。

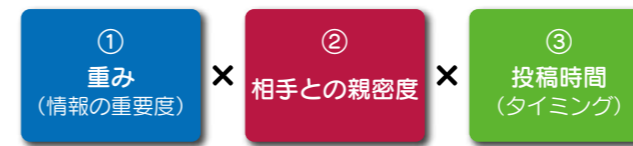
企業の活用事例としては、ある商品やあるサービスのファンのためのコミュニティ作り、そしてロイヤルユーザー(自社商品・サービスのファン、リピーター等)を作るためのツールとして使用されるケースが多々見られます。2010年頃まではインターネットで情報収集をする場合、ほとんどの方がGoogleやYahooなどの検索エンジンを活用していました。しかし今ではこれらSNSやYou Tube(ユーチューブ・動画ポータルサイト)などその玄関が物凄く増えユーザーも分散、フェイスブックだけで情報のほとんどをやり取りするヘビーユーザーもいます。しかも利用料は無料。「タダ」で情報発信ができるんです！これまでもインターネット上には無料のサービスがたくさんありましたが、これほど高機能かつユーザーのいる無料サービスは少ないのでは？



(例)当社のFacebookページ

情報発信のコツは？

フェイスブックの場合、自分が投稿した情報が相手(フェイスブック上で友だちであったり「いいね」を押しているページ)に確実に届く訳ではありません。蓄積型のコンテンツではなく、時間と共に画面下に流れてしまうからです。フェイスブックではエッジランクという考え方があります。



解説すると

- ①写真が掲載されていて文章が比較的長く見る側にとって有用な情報であること、そして「いいね」「シェア」が多いこと
- ②普段から相手と「いいね」をしあっているかどうか
- ③相手がフェイスブックを見るタイミング

この3点が重要です。自分のペースで、自分の事だけを考えて投稿は、エッジランクも下がり、相手のタイムライン(個人のページのこと)に表示されにくいということです。考えてみると当たり前ですよ。ユーザーは役に立つ情報を得たいと思いフェイスブックやGoogleなどの検索エンジンを利用するのでから。

発信する情報は単なる営業目的の情報ではなく、ユーザーにとって有益な情報であること、これがとても重要です。例えば車を買いたいと考えている30代サラリーマン(小さなお子さんが1人)がいるとします。ある自動車メーカーのフェイスブックページではそんな年代向けのユーザーには家族が楽しくドライブできるスポット紹介とイメージ写真を使って購入を促します。イメージできますか？

フェイスブックで『自分メディア』に

ただし中小企業や小規模事業者では担当者を専任で置くことはできず、またカメラマンを使った綺麗な写真を撮ることもなかなか難しいでしょう。そこでやっていただきたいことは『自分をメディアにする』こと。つまり自分自身を売る、PRする、自分にファンをつける、これに徹してほしいと思います。

例えば小売店の店長さんが「今日は吹雪で買い物に行けません。何とか配達をしてもらえませんか？」という電話があり配達をしましたと投稿します。するとそれを見た馴染みのお客様が同じような依頼をする、こうすることで店のファンがさらにロイヤル顧客へとステップアップします。秋田ではまだ使う人少ないんでしょ？というあなた、情報発信をしなければこういうお客さんも拾えなくなりますよ。小さな情報発信からビジネスは広まります。秋田でも間違いなくそういう時代になります。



合同会社あきたこまちネット 代表社員
ほんだ まさひろ
本田 正博

【略歴】

昭和48年 秋田市生まれ 現在4児のパパ
神奈川大学卒業後、JR系通信会社にてインターネット事業に携わる。
インターネット宿泊予約サービスを担当、その後、富士通株式会社にニフティ地域ポータルプロデューサー。
平成15年より秋田に戻り、お米のインターネット販売を開始。平成26年起業。
その他、平成22年よりババサークル代表、県内外でイクメン講演を行う。
株式会社ゴンウェブコンサルティング主宰ISM会員、ヤマガタWebビジネス研究会幹事。