

このコーナーでは、連携組織の活性化に意欲的に取り組む県内の組合事例等をご紹介します！

事業の概要

補助事業名	平成24年度組合後継者等育成事業（女性経営者等交流会）			
対象組合等	千葉県中小企業団体レディース中央会			
	▼団体データ			
	会長	小松 美智子	住所	柏市松葉町 3-22-1
	設立	平成 14 年	業種	異業種グループ
	会員	個人会員17名、団体会員2団体		
テーマ	顧客から支持され続ける“ダントツ組織（ビジネス）”への変革！ ～あなたの好きなお客様だけを集めるソーシャルメディア活用術とは？～			
担当部署	千葉県中小企業団体中央会 工業連携支援部（Tel.043-306-2427）			
専門家	一般社団法人ソーシャル・マーケティング協会 代表理事 白鳥 友康			

このセミナーの背景

インターネットを使ったマーケティングは「広告の時代」から「検索エンジンの時代」へと移り変わってきました。そしてさらに時代は進み、今は「ソーシャルの時代」です。「ソーシャルの時代」は、情報の発信者が主導権を持っていたこれまでの時代と異なり、情報の受け手であるユーザーが主導権を握る時代です。これには、ブログやフェイスブックなど、ユーザーが情報発信をする環境が整ったことで、個人の持つ影響力が非常に強くなったという背景があります。

そして現在では、ソーシャルメディアを無視すること自体がリスクとなる状態まで時代は進み始めています。

こうした中で「どうすればソーシャルメディアを有効に活用できるのか？」という命題に答えるべく、中央会様からのご依頼をいただき、セミナーという形で、皆さまへソーシャル活用の極意をお伝えさせていただきました。

セミナーの内容

このセミナーは、フェイスブッ

クを中心としたソーシャルメディアを、自社の集客、ブランディングに活用したい企業様向けにお伝えしています。前半は、ソーシャル活用の基本的な考え方などの理論的な内容を中心に、後半は、実際にソーシャル活用を実施していく上での具体的なノウハウを中心に構成しました。

セミナーに参加できなかった読者の皆さまも多いと思いますが、途中で、抜粋となりますが、セミナーでお伝えした内容を皆さまにもシェアさせていただきます。

いますぐ本気でフェイスブックに取り組みべき6つの理由

現在のフェイスブックを取り巻く環境について「直近6ヶ月間のユーザー数の推移」や「フェイスブックのユーザー層」など、実際の数値データをご覧いただきながら、フェイスブックに取り組みべき理由をご説明しています。

特に国内最大のSNSである、ミクシイとフェイスブックを比較しながら、フェイスブックが成長曲線のもっとも伸びるポイントであること、ビジネス利用不可のミクシイに対して、ビジネス利用可のフェイスブックに優位性が高い

点に注目していただきました。  
**フェイスブックがスゴイ2つの理由**  
クチコミが発生するために最も重要な要素は「情報の信憑性」と「注目度に見える化」です。そして、その2つの要素を満たす最適な条件がフェイスブックには揃っています。

それが、「いいね！」と「実名登録」です。この2つが揃っていることが、フェイスブック最大の強みであり、このどちらが欠けてもフェイスブックはブレイクすることはなかったでしょう。

ソーシャルメディアの特徴であるクチコミは、企業側で制御することがほぼ不可能です。しかし、だからこそソーシャルメディアは「中小企業が大企業と同じ土俵で勝負できる唯一のメディア」であることをお伝えしました。

フェイスブック活用を成功させるたった2つの秘訣

フェイスブック活用を成功させるには、クチコミを起こすことが最も重要です。そして、その秘訣は、「感情を動かすコンテンツ」を作り、それを「いかに多くのユーザー届けるか」です。

フェイスブックでクチコミを活用すれば、ほぼ無名の企業でも数百万人のユーザーに無料でコンテンツを届けることが出来る可能性についてお話ししました。

## 必ず知っておくべきフェイスブック活用成功の6つの戦略

フェイスブックを活用する際に最初の必ずチェックして欲しい戦略があります。それが「ターゲットティング」と「ポジショニング」です。フェイスブックでクチコミを起こすには、配信者と配信された情報の整合性が合っていることが必要です。そのためには、「どんなユーザーに」「どんな情報を」届けたのか？「自社はユーザーにどういう企業を感じて欲しいのか？」という点をしっかり戦略的に整えておくことが重要です。

## フェイスブックを使うにあたって本当に必要な基礎知識とは？

フェイスブックには「3つのいいね！」があるということ、「フェイスブック内で商品は売れないこと」についてお伝えしています。また、海外のサービスであるため、横文字の用語がどうしても多くなってしまったため、とつつきにくい重要な意味を持つ用語について

て解説させていただきます。

## 必ず決めなければいけないあなただけのフェイスブック戦略

フェイスブックをビジネス利用する際には、大きくわけて2つのアプローチがあります。それは、「個人ブランディング」をするのか？「企業ブランディング」をするのか？ という2つの視点です。

士業、開業医、コンサルタントなどの「サービスの品質＝個人」となるビジネスは「個人ブランディング戦略」が適し、「サービスの品質＝会社」のタイプのビジネスは「企業ブランディング戦略」が適します。

それぞれ特に注力すべき場所がことなり、「個人ブランディング」は、戦場がフェイスブック個人ページ「企業ブランディング」は戦場がFacebookページであること、そしてファンを集めるための戦略も全く異なることをお伝えしました。

## フェイスブック活用ノウハウ集

ここまで、理論的な事柄を中心に お伝えしてきたので、実際にフェイスブックのビジネス活用をする際のアクションプランを細かく

くお伝えしています。

詳細は割愛させていただきますが、「フェイスブック個人ページ作成ノウハウ」「覚えておくくと便利なFacebookページ作成ノウハウ」「見込み客を惹き寄せるフェイスブック投稿の秘訣」「Facebookページのファン集客に関する豆知識」「Facebook広告出稿ノウハウ」「これだけはやっちゃダメ、重要なノウハウ」「厳選！インサイトの超簡単な活用法」「実は一番重要？メンタル編」などなど、すぐ実行できるようなノウハウを100項目近く説明させていただきますました。

## セミナーを終えて

セミナー中は活発にご質問をいただき、参加者のフェイスブックへの関心の高さを感ずる会となりました。また、実店舗型ビジネスのソーシャルメディア活用について、特に強い関心を寄せている方もおられ、ソーシャルからリアルへの誘導について強いニーズを実感させていただきました。

今は「ソーシャルの時代」です。しかし、ソーシャルメディアは企業のものではありません。ユー

ザーはソーシャルメディア上で、他のユーザーと交流するために利用しています。その中で企業は「ソーシャルメディアという場を借りている」という意識で活動していくことが重要です。これが、ソーシャル活用の極意です。不意な売り込みは、ファンを失う危険性も伴いますので、この記事を参考に正しくフェイスブックを活用していただければ幸いです。

また、私ども一般社団法人ソーシャル・マーケティング協会では、中小企業が大企業と対等に戦うことができるソーシャルメディアを、より多くの中小企業が活用していくためのお手伝いをさせていただいております。フェイスブックを中心とした、ソーシャル活用でお困りの方がいらつしやいましたら、お気軽にご相談くださいませ。

今回のセミナーでお伝えした情報やソーシャル活用のノウハウが、少しでも組合員の皆さまや、皆さまのクライアント様のお役に立ちますと幸いです。

(白鳥友康)