

## アシストコンサルティング / 江尻幸雄からの『2分で読切りニュースレター』

このニュースレターは名刺を交換させて頂いた方へお送りしています。

不要な場合はご一報頂くか、空メールを返信頂ければ次回より停止いたします。

この記事がご参考になれば幸いです。更に詳細情報が必要な場合はご遠慮なくお問合せください。

今回のテーマは、、、『SNS のビジネス活用』です

### ● 多様な SNS の整理 =それぞれの長短を踏まえる =

デジタルの世界は技術革新が急激で、利用する私達にも販売促進のツールとしてビジネスチャンスがあります。現在、HP、blog、メルマガ、そして多様な SNS と様々なツールが提供されています。一般的に SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)とは Facebook、Twitter、Instagram、そして LINE を指すことが多いようです。SNS の利用の前にまずこれらのサービスの特性について下表に整理してみました。(利用者数はカウント方法により差が出るので概要として理解)

	Twitter	Facebook	Instagram	LINE
日本国内開始日	2008 年	2008 年	2010 年	2011 年
国内利用者数	4000 万人	2400 万人	1000 万人	6800 万人
主な利用者層	10~20 歳台	20~40 歳台	20 歳台女性	10~20 歳台
投稿	140 字までの投稿	支障のない文字数制限	写真がメインの投稿	支障のない文字数制限
投稿の流れ	時系列	必ずしも時系列ではない	時系列	時系列
名前の公開性	ニックネームでも OK	原則実名	ニックネームでも OK	ニックネームでも OK
強み	速報、拡散力	幅広いつながり	限定的	メールの様なプッシュ力
弱み	投稿が埋もれる	個人情報の問題	拡散性が低い	ID 乗っ取りが話題に・・・

感覚的な利用者の数は、Twitter はかなり減っていて、Facebook は安定しています。やはり、今は LINE に分があるでしょうか。Instagram は他のサービスとは異種ですね。皆様はいかが思われますか。

### ● SNS をどのようにして利用するか = ビジネスへの活用 =

ビジネスにおいては、リアルの世界でもネットの世界でも「認知向上→信頼関係→購買→継続的関係の維持→リピート」の循環が必要です。

これら SNS サービスはその特徴に応じて利用されますが、LINE はプッシュ型で関係維持は得意としますが、初期の集客は苦手です。そこで幅広いつながりを得意とする Facebook を組み合わせて行うことが考えられます。ビジネス利用前提として Facebook と LINE には “Facebook ページ” と “LINE@” が用意されています。単独でも組み合わせても利用は可能です。

業種で見ると Instagram は写真が活かせる飲食やファッション関連が向いているでしょう。また LINE@はプッシュのネタとしてクーポン配布が常用されるので実店舗を有している 1 to 1 の関係が構築できる店が向いているでしょう。具体的な利用申請や設定などは個別にチェックください。

最後に。これらはあくまで手段です。流行にのって利用するということもありますが、結局そこに戦略性がなければ効果は少ないのではないのでしょうか。最後までお読みいただきありがとうございます。