

参加無料

幕張PLAY株式会社
長島裕樹

15分でわかるSNS戦略

SNSを「見る側」から「伝える側」になる時の

5

つの心得

目次

- 01 - はじめに
- 02 - 私について
- 03 - SNSについて
- 04 - SNSサポートの声
- 05 - 心得① | SNSは「事業計画」と同じ
- 06 - 心得② | クリエイターorアーティスト
- 07 - 心得③ | いかに楽に続けるか
- 08 - 心得④ | 型を見つける
- 09 - 心得⑤ | 演じるキャラ設定をする
- 10 - 最後に (お悩み相談 & 質問タイム)

はじめに

「見る側」

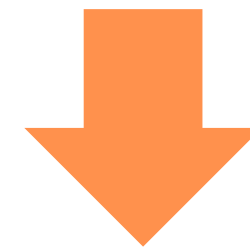
- 情報”**収集**”者
- 「**自己**」 満垢



プライベート

「伝える側」

- 情報”**発信**”者
- 「**他者**」 満垢



ビジネス

はじめに

「SNS運用とは他者を満足させること。」

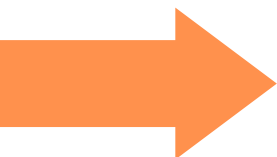
ターゲット層である顧客をフォロワーに獲得



SNSからの収益化を目指す。

ターゲットが思わず
フォローしたくなる発信

「思わずフォローしたくなるアカウントの作り方」



私について

SNSとクラウドファンディングで地域の事業を活性化

◆学生時代に「谷津lab」でSNS運用を経験



◇幕張PLAY株式会社に23年入社

○SNS運用・コンサルティング

○CF最大手campfire公式CA

○イベント企画・運営

●地元習志野市で地域メディア「LocaM」運用



私について



188
投稿

1,074
フォロワー

33
フォロー中

谷津lab | 生活圏で過ごす時間をより楽しく◎



63
件の投稿

334
人のフォロワー

18
人をフォロー中

マロンド北習志野店@北習志野の方から愛されるパン屋へ



21
件の投稿

126
人のフォロワー

4
人をフォロー中

LocaM | 地元暮らしの日常



一定の地域に絞った情報発信 = 「**地域SNS**」運用



SNSセミナーやコンサルティングをtoC事業者様向けに実施



SNSサポートの声



**「動画編集スキルは格段に
この短期間で向上した。」**

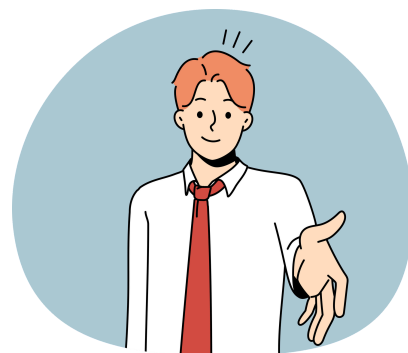
**「1人だったら絶対途中で放り
投げてた。」**

(音楽系 / TikTok)



**「オリジナルシートを活用
した定期的な投稿の習慣化
が効果的だった。」**

(プレゼント系 / Instagram)



**「需要と供給を合わせるのが難
しかった。」**

**「型という概念を知れて
よかった。」**

(コンサル系 / X)



**「SNS講座やサポートを受
けていなかったら自己満足
投稿で終わっていた。」**

(コンサル系 / Instagram)

SNSについて

「BtoC」企業の大半が SNSブランディングをする時代

従来の利用用途

「友人とのコミュニケーション」ツール

現在の利用用途

「情報収集」といった検索ツール

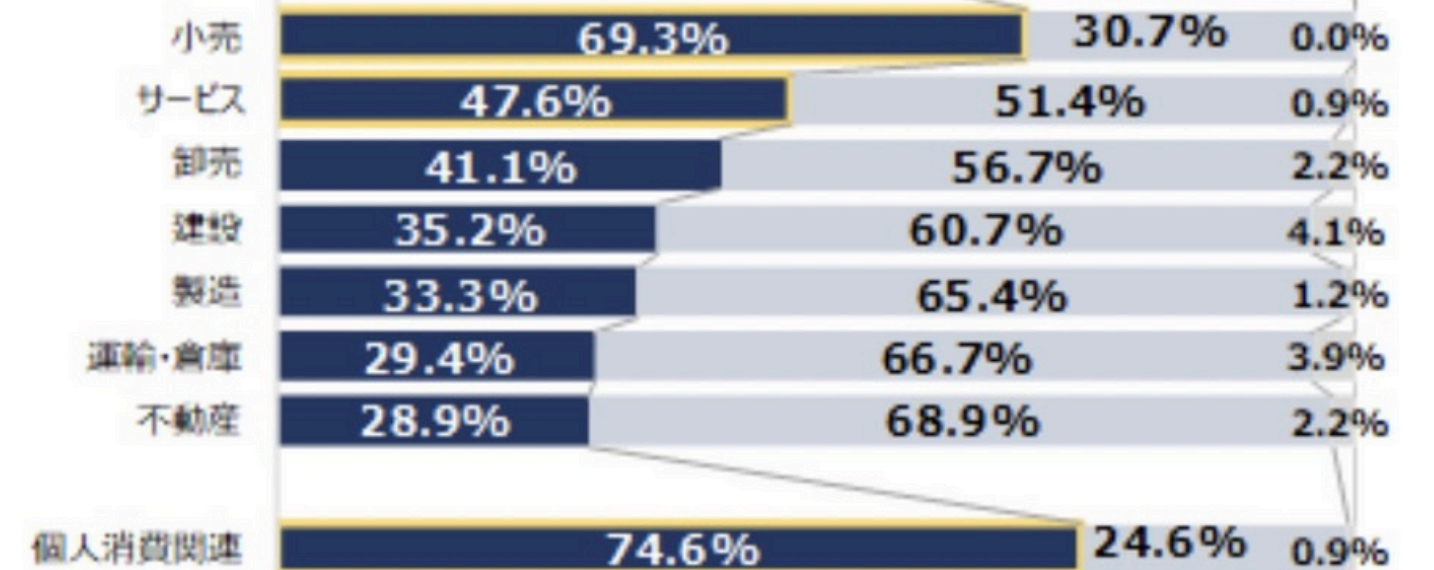
としての活用も若年層を中心に増えている。

「BtoC」事業を行う企業の

SNS活用率は70%を超える。



* SNS利用率はネット利用人口に対するSNS利用者の割合。
(2019年末のネット利用人口は9,960万人と推計)



SNSを「伝える」側になる時の **5** つの心得

1. SNSは「事業計画」と同じ

「人からおすすめされてとりあえず始める...」
「形式上の運用をしていませんか？」

- ・「何を誰に届けるのか」
- ・「自分が共感できる悩みは何なのか」
- ・「自分のそこでの強みは何なのか」

すぐ発信を始めるのではなく、
アカウントの基盤をまず整えてから発信。

基盤を整えないと、どんな発信がしたいのか途中で
わからなくなり、辞めてしまうケースも多々。

発信内容がわからず日々の仕事を写真で撮って投稿...
「投稿して満足、自己満で終わっていませんか？」

とりあえず発信!をしがち...

アカウント設計ヒアリングシート

SNSを通して実現したい姿(定量指標)※フォロワー数や再生回数など

SNSを通して実現したい姿(定性指標)※ SNSを通じて事業がどんな状態になってほしいか

発信内容は?(コンテンツを整理)

誰向けに?(ターゲットを絞る)※ペルソナを意識して記載

ターゲットの悩みに共感できる自身の体験・強みは?

類似事例やロールモデルはありますか? ※ 3~8つ程度挙げましょう

実際に使用するアカウント設計シート

2. クリエイターorアーティスト

クリエイター：

ターゲットに**合わせた**発信方法

マネタイズ先→動画編集やPR案件

アーティスト：

ターゲットが**集まる**発信方法

マネタイズ先→ライブや展示会、自身の商品



事例 左：アーティスト、右：クリエイター

3. いかに”楽”に続けるか

SNSは長期戦。

- ・ ”楽”に続けられるか
- ・ 運用自体を楽しめるか

運用を継続的に行うために

- ・ 投稿スケジュール表の作成
- ・ 投稿案を記載するメモ帳を随時持ち歩く

→ 日常にSNSを落とし込む

	10/14 (土)	10/18 (水)	10/21 (土)	10/25 (水)	10/28 (土)	11/1 (水)
フォロー	✓	✓	✓	✓	✓	✓
フォロー	10	10	10	11	11	11
投稿形式	37	65	77	82	83	84
リーチ	リール	フィード	フィード	フィード	リール	フィード
アクティビティ						
いいね						
コメント						
お気に入り						
投稿内容						
施策共有	リニューアルオープン	秋祭り投稿	現在の棚紹介			
	ねえねえ店長	町の紹介	ちば活			

ルージュの伝言、ひこうき雲のイントロbgm
優しさに包まれたなら
君の名は系以外に

俳句も入れたらどうか？
サマーウォーズもとかおおかみこどものbgm
使おう
満ちて行く、もあり
ライオンハート
真夏の果実
first love

実際に使用する投稿スケジュール表
と実際のメモの一部

4. "型"を見つける

アカウントのコンセプトの次に大事

この「型」が決まる事で、

- ・ 投稿内容の作成時間が削減
- ・ アカウントの統一感を演出

最初は真似る、そこからブラッシュアップ。



型の事例

5. 演じるキャラを設定する

誰も「自分」に興味なんかない！

- ・ 魚屋？花屋？八百屋？（職業）
- ・ 明るい人？暗い人？（性格）

世間は人を「名前」より、「肩書」で覚える。



自分は何者？



\「伝える側」になる時の5つの心得/

- 1 | SNSは事業計画と同じ
- 2 | クリエイターorアーティスト
- 3 | いかに”楽”に続けるか
- 4 | ”型”を見つける
- 5 | 演じるキャラを設定する

参加無料

幕張PLAY株式会社
長島裕樹

15分でわかるSNS戦略

運用事例から見るSNSで **バズを作る**

5 つの方法

運用のお悩み

もしくは

ご質問ありますか？