ホームページとブログとソーシャル基本的な使い分けと連携方法

2015年2月6日 株式会社レイメイ藤井様 ビジネスセミナー 株式会社テンジン エコページ推進事業部 杉本鉄平

本日の目次

- ①WEBツールそれぞれの役割を知る
- ②アウトバウンド型?インバウンド型?
- 業種の特性や時期によって異なる戦略
- ③Facebookで差を付ける

WEBツール それぞれの役割を知る

自分で運営する WEB上のツールは 基本的に3種類

- ・ホームページ
- ・ブログ
- ・SNS(Facebook、Twitterなど)

ホームページ	ブログ	SNS	
守り	安定	攻め	
利用者の能動的な アクションが必要 ⇒検索、アドレス入力	執筆者の人となりや 姿勢が伝わりやすく リピーターが付き易い	目的意識のない人 (潜在顧客)に対して 存在を主張できる	
能動的な訪問なので 情報を深く読んで もらいやすい	記事を増やしやすい。 記事が増えるほど 検索にかかり易くなる	SNSは情報の流れが早 く、常に情報が 入れ替わる	

ホームページではなにをするか



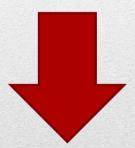
「ユーザーが期待する情報を配置」

利用者は「何らかの目的」を持って「能動的に」検索を行って訪問します。

その何らかの目的を満たす情報を、

【わかりやすく】配置します。

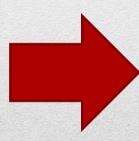
ホームページでは 「どうやったら検索順位が上がるか」 は考えない



「どう見せたら問合せが増えるか」にだけ注力する

ホームページにアクセスする手段に 検索以外の方法が増えている

- ~2000年代
- 検索する(SEO)
- アドレスを打ち込む
- ・紙媒体広告への掲載
- ・TVやラジオメディアで宣伝



2010年代~現在

- 検索する(SEO)
- •アドレスを打ち込む
- ·SNS経由
- ・情報配信系WEBサイト
- ・スマホアプリ経由
- ・紙媒体広告への掲載
- ・TVやラジオメディアで宣伝

【まとめ】 ホームページではなにをするか

- ・訪問者の期待に応える情報を置く
- ・反応が上がる方法に注力する
- ・検索順位≠問合せと認識する
- ・集客は別のツールで補う

SNSではなにをするか

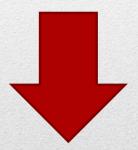




「宣伝活動」

SNS利用者は、基本的に「娯楽感覚」でサービスを利用しています。 能動的に検索する客層と違い、SNSを利用しなければ出会えなかった 【潜在顧客】に、存在を認知させます。

SNSでは 露出回数(接触頻度)が肝



逆にいうと、これだけ接触頻度を 保てるツールは他にない

オススメのSNSツール



facebook(2,200万人)



twitter (1,500万人)



GOOgle+(500万人)

拡散用の場合、使うツールはユーザー数で判断 (Google+は別の理由で使用します)

Facebook

[特徴]

- 国内で最大のユーザー数を持つ(2,200万人)
- •実名登録制で比較的信頼性が高い
- 関係性を軸にして情報が拡散されていく
- ・登録された情報は全て広告に利用できる



[特徴]

- 国内ユーザー数1,500万人
- ・匿名制(本名でも良い)
- 気軽にファンが増える
- 投稿次第で極端に拡散することがある
- ・情報の「有益さ」「面白さ」重視で拡散される

この場合は、どちらで露出した方が効果的でしょうか?

①誰も思いつかない様な画期 的なサービス·商品を開発した

2地域イベント開催の集客

Google+

[特徴]

- ユーザー数はイマイチ(500万人)
- •基本実名制
- •GoogleツールなのでSEO上のメリットが期待される
- ・拡散力はほぼない

Googleのツールなので、検索結果に好影響する要素があります。ユーザーが少なくとも押さえておいたほうが良いツールだと言えます。





twitter

8+ Google+

知り合いを起点に信用を担 保にし、宣伝活動を行う ツール

[感情移入型]

- ・反応を意識した投稿 •ツイッターからFacebook へは投稿を流さない
- 情報の質を重視

有益な情報を探すドライな ユーザー向けに拡散をさ せるためのツール

「割り切り型」

- ・反応を気にせず多様性の ある情報を流す
- •Facebookからツイッター へは連動して流しても良い

情報の量を重視

拡散目的ではなく、利用す ることで得られる機能を使 うため

「機能利用]

•Googleロボット 意識

機能面を重視

SNS特徵比較

ブログではなにをするか



「ファンづくり」をしながら検索範囲の拡張

ブログはWEB戦略に欠かせない 非常に重要なツールです。 ブログ記事の内容でファンを作り、リ ピーター化することでアクセスが安定 し、検索結果に好影響を与えます。

ブログ運営の基本戦略

- ①記事を書く
- (知識/娯楽/共感/情報/感動)
 - 11
- ②記事が増える
- (検索ワードが増える)
 - 11
- ③ブログにファンが付く
- (アクセス数の安定)
 - 11
- 4検索結果に好影響を与える
 - ⇒幅広い検索ワードで引っかかる
 - ⇒アクセスが多いと上位表示されやすくなる

[理想]自分じゃないと書けない記事を

[間違えた戦略]

・とにかく内容の薄い記事を書きまくる

⇒検索ワードが増えてアクセスは増える

⇒個性がない・無味無臭

⇒反応がない

⇒意欲が衰退する

結局は、検索のみを意識すると≠問合せに帰結する

良い記事とは「個性のある記事」です。 主観で構いません。自分の言葉で書きましょう。 23

	ホームページ	ブログ	SNS
検索時の信用性	○高い	△ やや低い	△ 人による
見たい情報	〇 探しやすい	△ 探しにくい	× 出たものを 見るだけ
問い合わせ率	○高い	△ 低い	△ 問い合わせ 方を聞く
閲覧時間	〇 平均1分以上	○ 記事次第 •長め	×数秒
検索順位	△ 要技術	O 記事の人気次 第	× 屋号程度
記事への再訪率	△ 時々	○高い	× ほぼしない
交流度	× ほぼない	△ まぁまぁ	○高い
拡散力	× 低い	△ 記事次第	○高い
いつみるか?	× 探した時	△ 暇なとき	〇 随時

3つを比較(基本性能)

WEBツール最高に思うの連携術

ブログ更新を最大限拡散する流れ

ホームページ

ブログ

Facebook

WEBツールは基本的に それぞれ独立しています twitter

〔理想形〕

Facebook

twitter

ホームページ

ブログ

ホームページとブログを合わせます (同一アドレスでの運用) ワードプレスやJimdoなどで作成できます



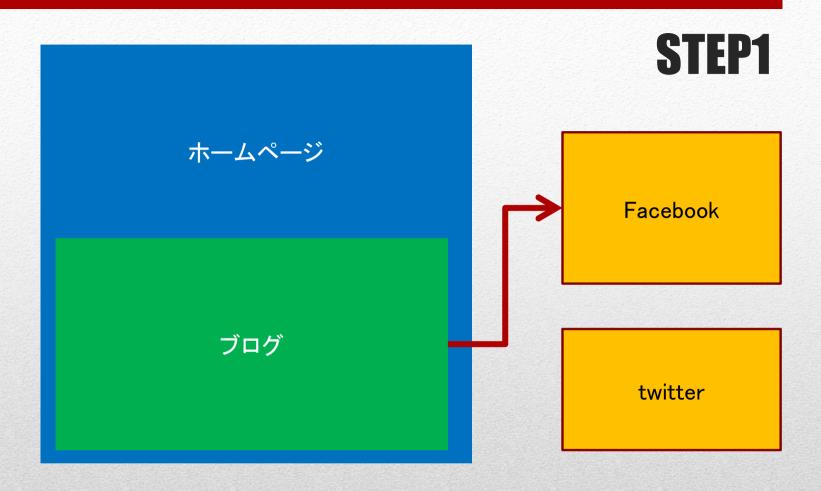
なるほど、 大体わかった。 もう大丈夫。



ホームページには1度訪問した人が再訪したくなる仕組みがありません



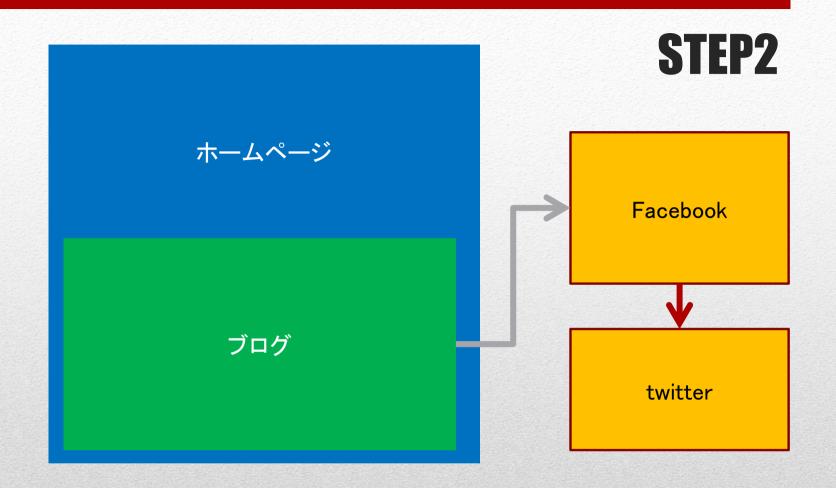
タイムリーな有益情報があれば 再度訪問する動機が出来る⇒ファン化 「いつか頼むとしたらここに」



ブログを書いたら Facebookでシェアします。

ブログ記事をFacebookでシェアする手順





Facebookからtwitterへ 投稿します(自動化できる)

Facebook⇒twitterの自動連携



Twitterの自動投稿は 必須設定です! 一度自動設定したら 基本放っておくだけ

【 twittbot 】 (自動つぶやきツール)







sugimote_web ▼

twittbot.netがあなたのアカウントを利用することを許可しますか?

この連携アプリを認証すると、次の動作が許可されます。

- タイムラインのツイートを見る。
- フォローしている人を見る、新しくフォローする
- プロフィールを更新する。
- ツイートする

twittbot

twittbot.net

開発者: Seiyunews, LTD.

twittbot.net/

bot application

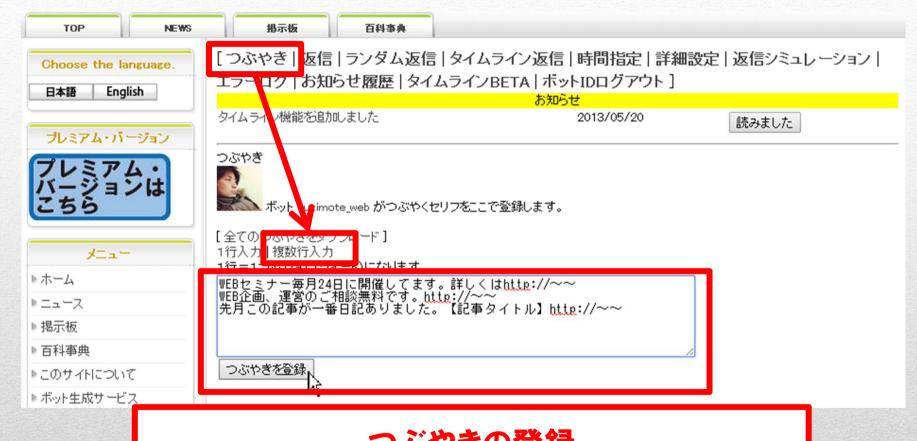
連携アプリを認証

キャンセル

この連携アブリを認証しても、次の

- ダイレクトメッセージを見る。
- Twitterのバスワードを見る。

連携アプリを認証



つぶやきの登録 1行ごとに1つぶやきを 先行登録しておく

自動でつぶやかれる

専門的な内容をつぶやくようにしておけば、そういうジャンルを好きな人から勝手にフォローされる。



アウト型?イン型? 商売の特性や時期によって 異なる基本戦略

アウトバウンド戦略型

お客様の前に自ら出て 存在をアピールする押しの宣伝 即効性が高く、認知度は高まるが 成約率は低い

インバウンド戦略型

中身を磨き、コアなファンを醸造し 辿り着いてもらい最高の状態を見せる 時間がかかり、普及しにくいが 成約率は高い

- イメージしてみましょう
- ·新規開店·開業時
- ・既に一定の認知度がある
- ・独自性の高い業務を開始
- ・年数は立つが認知度が低い

準備して待つべきか、 とにかく認知してもらうべきか ステージで選択肢が変わります

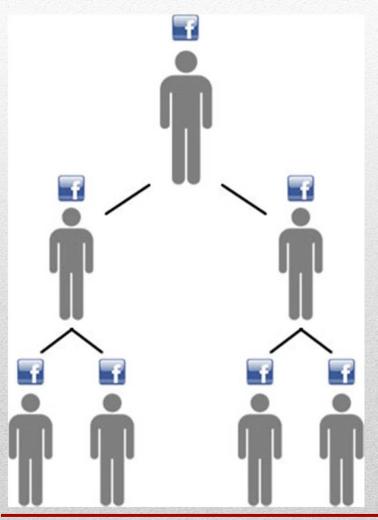
皆さんの業種は今、 アウトとインどちらの 優先度が高いですか?

アウトバウンドの場合 ⇒Facebook、twitterでの 露出活動に注力する

インバウンドの場合 ⇒ホームページのテコ入れや ブログの更新に注力する

Facebookで 差を付ける

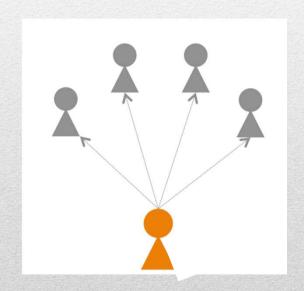
Facebookの幻想



Facebookは友達が「いいね」を 押すと、友達の友達に届いて、 その友達がまた「いいね」を押 すとまたその友達の友達の友 達に・・・

押しません 友達の友達の 投稿はほとんど 押されない。

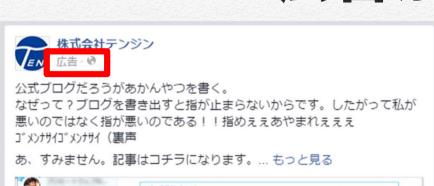
投稿は毎回大体同じ人に届く。



顕在顧客の育成にはなるが

潜在顧客の発掘にはならない

潜在顧客発掘には Facebook広告が非常に優秀







100円から広告可能





100円で友人以外の他人400人ほどに 自社の投稿を見てもらうことができる。50

広告の出し方

株式会社テンジンさんがリンクをシェアしました。

杉本 鉄平さんの投稿 [?]・2月4日 @



アプリ



引っ張られ過ぎてもうちぎれちゃう。うわ、やめ・・・やめろ何をす・・・いた、いたい

投稿の広告を出す

リーチ58人

>

出るので クリック。

広告の出し方続き



無料で同じ人に出し続けるかわずかでも有料にして知らない人にPRするか

FBは有料広告を出す方が 圧倒的に知名度が増加する。

こ清味まことに ありがとうございました。

「株」テンジン WEB企画・制作・管理・SNS運用 エコページ推進事業部 部長 杉本鉄平



聞きたいことがある方は Facebookにて 是非お友達申請ください。