

ご応募ありがとうございました。

アマゾンキャンペーン 特典PDF



アマゾンキャンペーンにて、ご購入ありがとうございました。キャンペーン結果は、総合4位となりました。これもひとえにみなさまのおかげでございます。

ありがとうございました。

Facebookは、数あるソーシャルメディアの中でも誤解が多いメディアであるのではと
思っております。なので、使い方や心得を理解しているといないでは、随分と違ふと思
います。



Facebookは友達の投稿が次から次へと流れてくるソーシャルメディアです。いろんな投稿があるでしょう。自慢する人や愚痴をこぼしたり、人それぞれでいいのだと思いますが、ビジネスをしているみなさんは、そういう使い方はしないで欲しいと思っております。

誰も得をしない情報を発信しても意味がないと思いませんか。

いま、インターネットを見ると欲しい情報がすぐに手に入る時代にもなってきました。他人の自慢話を聞いている暇などないのです（笑）。

興味のない人にいくら関心をもってもらおうとしてもなかなか伝わりません。関心がない状態の人に情報を伝えようとしても、相手にとってはノイズにしか聞こえないのです。

顧客は『買いたい時が欲しい時』なのです。

だからといって、ほったらかしにしておくとは社で商品やサービスを購入したということとはよくあることです。なんで〜と後悔してしまいますよね。なので、情報はいつも発信しておかなければなりません。

ここで矛盾が生じてきます。ノイズは出さな、でも情報は出せ！ と・・・

ここでいう情報は、あなた自身の情報を出すという意味です。個人ページでは、出せる範囲のプライベートを積極的に出していきましょう。ショッピングに行った、映画を見たなど人柄を出すという意味です。

でも気をつけて欲しいのは、自慢は嫌がられるということです。

あなたは自慢とっていないことでも、社会通念上と照らし合わせてよく考えて欲しいと思います。人それぞれで価値観が違います。

大企業の役員が飛行機に乗る場合は、ビジネスクラスが一般的だと考えますが、世界第三位、Microsoftのビル・ゲイツは『何倍もお金を払ってみたところで、到着する時間は同じなのだから』とエコノミークラスを利用するという有名な話です。

こんなことでも、庶民感が出てきますよね。

でも、あなたの商品やサービスによっても違うことがあります。たとえば、一棟売りの不動産を契約する時に、社長が軽自動車で見えたら、契約しても大丈夫？ と思ってしまいます。この人を信用しても良いのだろうかと思われれば、マイナスイメージを持たれてしまっては、よくはありません。

あなたの商品やサービスによっても投稿が変化することがあります。誰から買うのか、誰の情報正しいのかが判断される時代になって来ています。全く、知らないネットショップで買うより、顔が見える対面販売を好む人はいまだに多くいます。

少し話が脱線してしましますが、20年以上離れていた趣味を本格的に再開しました。それは、熱帯魚なんです。ブリーディングを再開しました。

グッピーの醍醐味は、交配させて自分好みのスタイルに仕上げることができます。色や形をある程度、自分好みに成長させることができるのです。そのためには、グッピーの遺伝子や染色体についても勉強します。

もっとも重要なのは親です。遺伝していくので親の形や色はとても重要なのです。なので、成魚を買う時は必ず自分の目で見てから買うことになります。

水槽などの用具は、ネットの方が安く便利なのでアマゾンなどを利用しますが、成魚は確認することができないので買うことはありません。健康状態なども確認出来ませんからね。

どんなにインターネットが発達したとしても、リアルで買うという行動はなくなるということではないということです。まったく、知らない人から買えない物も多くあるということです。野菜や魚を買うのも実物を見て買いたいと思いますよね。

重要な点は、誰から買うのかなのです。たとえ、多少高くても知っている人で信頼できる人から商品やサービスを購入するのです。

このことを踏まえて投稿して欲しいと思います。そして投稿する事としない事の基準を決めて欲しいのです。

Facebookの個人ページでは、ビジネス情報を2割程度に制限をして残りはパーソナルな部分を投稿すると人柄などが見えて来ます。人柄を見せることによって安心や信頼がうまれるでしょう。

ビジネス情報の中で、仕事に関するブログやFacebookグループがあることを伝えていきましょう。興味がある人は、Facebookグループに関心をもってもらえるかも知れません。

Facebook活用は、必ず相手に行動をしてもらうことが肝となります。相手が自ら望んでグループに入会してもらうことで招待などを一切しない。

あなたもまったく興味がないイベントに突然招待されたことがあるでしょう。あなたが嫌なことは、相手だって嫌なはずです。招待するという便利な機能ですが、その機能は無いと思って欲しいです。

もし、招待する機能がなければどのように投稿すると良いのかを考えなくてはなりません。Facebookがうまく運営できるコツは相手に行動をしてもらうことなのです。

■ facebookは中小企業にとって味方になる

Facebookのユーザー数は17億人となっており、日本のユーザーは2600万人と以前のような伸び率はありません。ただユーザー数だけをみてするかしないかを決めては、機会損失してしまう場合が多いのではないのでしょうか。

日本の中小企業数は、約432.6万社です。全企業数に占める割合は99.7%となっており、雇用の創出の70%が中小企業となっています。なぜ、このような話をしたのかですが、TVCMが大企業を中心であり、大きな資金が必要でありました。その期間は過去50年にもなろうとしています。

インターネットの発展でこの様子に大きな変化が現れております。日本人のメディア接触時間は2013年を堺にデジタルに一気に傾きました。つまり、インターネットになったわけです。

インターネットといっても、パソコンではなくスマホです。パソコンからの利用時間は約13億時間、一方スマホは20億時間となっています。このことからスマホ重視になっていなければ見てもらえないコンテンツになってしまうのです。

プラットフォームを提供している企業は、スマホを重点的に開発を続けています。すでにパソコンで見ることを無視した作りをしているくらいとなっています。

Googleもモバイル専用の検索エンジンを動かすと公表しました。これにより、パソコン版とスマホで見た時の順位の違いが出てきます。

モバイルファーストであり、デジモバ時代なのです!!

商品の購買行動を考えてみても、デジタルで検索することは当たり前になってきました。TVCMには、大金が必要になりますが、デジタルの広告は費用はとて安く広告が出稿できます。何より、結果がわかりやすいのがデジタル広告の特徴です。

何人に配信（見てもらう）して、何人が成約したのかが明確になります。はじめは、デジタルということもあり慣れないかも知れませんが、慣れてしまえばそれ程面倒ではありません。

Facebook広告では、ある投稿を多くの人に見てもらうために費用を支払い、友達以外の人にも見てもらうことができます。1日100円でも可能な広告です。そして、その投稿にどんな人に見てもらいたいのかを設定するターゲット設定をします。地域の指定も可能です。

ゴルフに興味のある、札幌近郊に住んでいる。女性というようなターゲティングをして、ゴルフウェアを販売することも可能なのです。

テレビやチラシだとバラまいて、反応があるかどうか分からず費用をかけます。たまたま、成約すると効果があると間違った判断をしてしまい、次に同じことを行った場合、全く反応がないということはよくあることです。博打のようなイメージです。

デジタルでの広告は、反応率や成約率が明確であるために計画を立てやすいというメリットがあります。

デジタル広告の中でもfacebook広告は実名でどんなことに興味があるのかをデータ化しているのです、より効果が高い広告といえます。データの取り方については、個人的には問題があるのではと思っていますけど（笑）。

Facebookは次なるステージに上がった感じがあります。それは、ブランディングにもとても役立つことが証明されています。

FacebookのBootCampにいった時も、Facebook社はブランディングについて幾度も発言がありました。ブランディングは、どう思われたいのか、どう見られたいのかを伝えるものであります。

つまり、発信する内容がブランディングになっていくのです。ネガティブな発信をしているとネガティブな人だと思われてしまうということです。

投稿内容は、見ている相手が反応しなくとも、いつも見られているという状態ということとは理解して欲しいです。

■ Facebookの設定は大丈夫ですか？

Facebookは個人情報の塊です。なので、あなた自身がしっかりと管理していかなければなりません。突然、設定の方法が変更になったりしますので時間がある時に覗いて見ましょう。

Facebookは多くの人とつながれる反面、知らない人と友達になることもできます。知らない人とも簡単につながれるので、出す情報と出さない情報を明確にしておきましょう。さらに、出す情報は誰にどこまで出すのかを決めておきましょう。

それと診断アプリなどは使わないことに越したことはありません。診断系アプリはあなたの情報をすべて取ることが可能とされています。すぐに悪さをする場合としばらく潜伏して、悪さをするアプリもあります。

たとえば、あなたのタイムラインに勝手にわけがわからない投稿を突然する。友達に同じ診断アプリを薦めて感染させる。

感染させて、感染した人の個人情報を盗み、登録メールからスパムメールを送るなど手がこんでおり、何が起きているか本人はわからないというのが多いです。友達から連絡がきてやっと気がつく、その時はもう時すでに遅し・・・

すべての診断系アプリがそのような悪いアプリばかりではないと信じたいと思いますが、危険があるので診断系アプリはやめておくほうが良いのです。

■ ビジネスにfacebookを活用したい人のProfile

興味・関心から共感へ、そして信頼へつなげるために、プロフィールはとても大切です。まだ、あなたのことを知らない人は、何かの基準をもって申し込むことになるでしょう。では、何をもって頼みたくなるのかなどから考えていきましょう。

たとえば、日ハムが好きという。共通の趣味であれば話が弾むはず。今年はずいね。この勢いで日本一を目指そうという話題になれば、共通の話題から将来においても野球友達になる可能性は高いはず。一緒に球場で応援するなんてことも考えられなくもありません。

これは一見、ビジネスにつながらないと思うかも知れません。私の場合であれば、友達がWEBやブログのことで困っていたら、アドバイスをするでしょうし、本格的にWEBでビジネスを加速したいということであれば、正規料金をいただいてWEBサイト作成やコンサルをすることになるでしょう。

お客さんの行動から考えても、全く知らない人から商品やサービスを購入するのは、下調べや調査をしますよね。でも、本当にその人で良かったのかを判断するには時間が必要となるでしょう。人は誰でも失敗はしたくないと思うのです。

最初は、共通の趣味から友達になったことがある方もいるはずです。その友達とは、ビジネスの話ではなく、趣味の話でその人の考え方やポリシーなども見えてきます。

趣味の友達なので、自分に合わないと思えば、友達の距離感で接することができます。安心して任せられると信じていることができた時に、ビジネスにつながる可能性が飛躍的にあがるでしょう。

プロフィールは極めて重要としています。友達の投稿がきっかけとなり、あなたのページにやってくるでしょう。その時のプロフィール写真やカバー画像や共通の友達などから、どんな人という雰囲気をイメージします。

この段階では信用ということはまずありえません。投稿はどんな投稿をしているのか。この人はどんな仕事で何をしている人なのかを探しだすだけになるでしょう。

その時に見るのが基本データです。基本データには、WEBやブログでどんな発信をしているのかを見てもらうためにもURLは掲載しておきましょう。折角、見ようと思っても無い場合は、それ以上探そうともしません。

基本データから名前でも探してもらえる。卒業生として探してもらえるなど探してもらえる要素を多く入れておくことが必要となります。

■ あなたの投稿はどんな風に見られているの？

個人ページでの初期設定は、ハイライトになっています。

【お気に入り】のニュースフィードの右に▼をクリックすると最新情報がでてきます。最新情報は広告を除くと直近に自分の友達が投稿した順序になっています。疎遠になっている友達の情報なども時系列でわかることになります。

基本的に設定を変更しない限り、ハイライトになっています。ハイライトはあなたとの関係性が高い人、いいね! やコメントとやり取りをしている人などを優先的にハイライトとして表示させております。

何を申したいかと言うと、人それぞれで違うニュースフィードを見ているということをもまずは、知って欲しいのです。ブログやサイトの場合は、誰が見ても同じ文章で同じ写真です。しかし、ソーシャルメディアは違います。当然といえば、当然ですよ。そもそも、友達やフォロワーは違うので同じにはなりえないのです。

Facebookを行う上で、もっとも大切な部分ともいえるかも知れません。あなたの投稿は友達やフォロワーの数だけ見られる可能性があるということ。(すべてが見られている訳ではないです。)そして、その投稿は興味があってもなくてもその人のニュースフィードに表示されること。見たいと思っけてみている訳ではないのに、何かを売り込まれたら、どう思われますか。

個人ページの友達には様々な友達がいます。昔からの友達や昨日、友達になった人までその人によって違うのです。友達だからといって、受け入れてくれる友達と全く受け入れてくれない友達がいるということです。

なので、個人ページで売り込みは極力しない、リアルタイムなソーシャルメディアであるので、ランチの食事の写真、ビジネスのネタ、オフのプライベートなネタなどあるタイムを投稿する方が自然です。より人間味があって共感を得られやすくなります。

個人ページでは、なんでも書くことではなく、何をどうやって書くのかに尽きるのです。ブログでも同じことがいえますが、ブログの目的とFacebookの目的は大きく違います。

■ クリエイティブがあるといいね！が増える？

Facebookでは、写真を使う、動画を使うことでその投稿が人の目に止まりやすいのが特徴です。文字だけの場合より、クリエイティブがあると断然に反応がよくなります。

iPhoneがあれば、画像も綺麗ですし、6s以降であれば動画もピカイチです。7になってカメラの性能が飛躍的にアップしました。もう、デジカメって何って言われる時代になるかも知れません。

Facebookもクリエイティブはとても重要な要素の一つとして考えているようです。私の経験からも、同じことがいえます。

たとえば、WEBサイトの投稿をした時に多くの人に見てもらいたい時は、Facebookを利用して更新内容をお知らせします。ここで注目は、いいね！の数と実際にサイトに来た数を調べるといいね！が少ない方が多くの方がサイトに訪問しています。

いいね！を集めても、自分の指数にしか過ぎないのです。50あったとしても、サイトに訪問したのは、10であればFacebookに投稿する作業が無駄になったように感じます。10のいいね！でアクセスが100あった方がより効果があったことになります。

WEBはどこから、どこを見たのかが分かります。デジタルするのが好きです。好きという無駄を省きたいというのが本音ですが、できれば最小作業で最大の効果を上げたいという、怠け者の考え方かも知れません。

あなたに質問があります。

もし、あなたが興味のある投稿を見た時、そのサイトやブログに見に行く場合はどんな行動をとりますか。

- 1、まずは行ってみる。
- 2、いいね！を押してから行ってみる。
- 3、行ったあとに、いいね！を押す。

たぶん、みなさん大人なので、3という回答が多いのではないのでしょうか。でも、もっとして欲しいのは1ですよ。

サイトやブログで書いて、多くの人に読んでもらいたい、だからFacebookに上げるのですよね。決して、いいね！が欲しいわけではないはずです。

これは、私の経験なので違う方もいるでしょうが、わざわざ戻ってまで、いいね！を押さない。なので、いいね！を増やすことに注力してはいけません。ある程度の指数として捉えるくらいで良いと思っています。

クリエイティブも大事ですが、その先の情報を誰よりも濃く、わかりやすく伝えることはFacebookでも重要なのです。

■ Facebookグループを使っていますか？

グループというとメッセージの延長やFacebookページと混同してしまうことが多いですが、まったく違う機能です。

グループには、ご存知の方も多いたとは思いますが、公開・非公開・秘密とありますよね。うまく活用できていますか？

グループ活用がうまくいくと集客の仕組みが構築されます。

グループに参加されている方も多いたと思います。どんなグループですか。何を目的にグループに参加されていますか。ここが明確になっているグループはとても活発に動いています。

グループは「参加する」する又は、「招待」されるなどグループに入るにはどちらかになります。本書では招待は絶対にしないように勧めています。

話は最初に戻ってしまうのですが、個人ページは宣伝はなるべくしないようにと言いましたね。理由は友達の投稿が流れてくる中にあなたの投稿も交わっています。その中で宣伝しても興味・関心をもってもらうことはあまりありません。

招待されて、宣伝されると相手はどう思うでしょうか。自らがそのグループに参加した場合であれば、投稿を見たい受け入れるという意思でもあります。ここで紹介するのが、3層で動かしていくことをおすすめしています。

1層目はオープンな公開グループ、2層目はあなたの商品やサービスに興味がある非公開グループ、3層目は、実際に商品やサービスを購入してくれた方などを対象にした秘密のグループです。

グループ参加者は、いつでもそのグループから退会できます。もし、何かしらの不満があれば退会するでしょう。グループ立ち上げ時には、いつでも退会できる旨をしっかりと明記しておきましょう。

どうでしょう。グループ運営してみたくなくなってきませんでしたか。

■連携で煩わしさを一気に解決

よく質問される。一つとして、どのソーシャルメディアを活用すると良いですか？ と聞かれますが、商品やサービス・購買者の年齢によっても随分と違うので一概にいえないので。

しかしソーシャルメディアの連携をすることで一気に解決出来ます。一つのソーシャルメディアを投稿するとその投稿が各ソーシャルメディアに自動で流れるというものです。

もっとも簡単にできるのは、Instagramです。Instagramを利用している方ならおわかりかと思いますが、投稿する際の最後に連携するソーシャルメディアを設定できる画面があります。

これがInstagramの最後の投稿画面になります。

画面の下にFacebook、Twitter、Flickr、Swarmと連携がされる状態になっています。

Instagramから投稿することでFacebookとTwitterだけでも連携をすることをおすすめします。



折角、ソーシャルメディアを運営するのであれば、複数のソーシャルメディアを運用しておき、その中で効果があったメディアを中心に運用しても良いのではと思います。

ただ、Instagramで投稿するだけでFacebookとTwitterは抑えることができるので、投稿はInstagramから行う。

その他にも、連携するツールは多くあります。バッファ (buffer) はメジャーなツールとなっています。本書では説明が出来ていませんが、私もよく利用するツールの一つとなっています。



<https://buffer.com/>

バッファを使うとFacebook、Facebookページ、Twitter、Google+、Instagramも同時に投稿出来ます。

そしてバッファはクリック率などもわかるようになっています。さらに予約投稿もできるのがおすすめの理由です。

この二つを使って、何曜日の何時にどんな投稿をした時に反応率が良かったとわかります。

闇雲に投稿しても、効果が目に見えることはとても少ないのではないのでしょうか。ソーシャルメディアでのビジネス活用は、瞬間的に爆発することはなかなかありません。時間をかけてじっく

りと育てていくことになりますので、継続していくには簡単に投稿できるようにバッファのようなツールは利用価値が大変高いといえるでしょう。

最後になりますが、Googleはあらたな方向性を出しました。それはモバイルをより強力にしていこうということです。パソコンは捨てるとも言われています。

それだけ、モバイルからのアクセスが年々多くなってきていることが最終的に判断したからでしょう。アクセス解析をご覧の方はわかりかと思いますが、モバイルからのアクセスは本当に多くなりました。私のサイトも70%はモバイルからとなっています。

とても大きな流れで、今までの常識を変えなくてはならなくなりました。パソコンも黒電話のようになってしまうかも知れません。ただ、プログラマーなど仕事としている方はパソコンはまだまだ、使うでしょう。

インターネットを使って、販売やサイトを見て欲しい人は、モバイル対応が絶対となるのです。お客様が見てるのがモバイルであれば、モバイルに特化したサイトづくりが基本となります。

こうして見てみると時代の流れはすごく早く流れていくのを実感します。

今後も最新情報を含めて、私なりの視点で判断する情報を公開して行こうと思っています。

今後ともよろしく願いいたします。

武藤正隆