

売上アップを実現する SNSの上手な活用術

Twitter 活用術①

SNSを上手に利用すれば、たとえフォロワー数が少なくとも、コストをかけずに新規顧客を獲得し、売上アップにつなげることができます。その活用術を紹介します。

株式会社SYK

掲載(予定)テーマ

執筆 喜多野 修次
監修 山崎 弘章

vol.07 Twitter 活用術②
vol.08 Instagram 活用術①
vol.09 Instagram 活用術②
vol.10 Facebook 活用術①
vol.11 Facebook 活用術②
vol.12 LINE 活用術



vol.

06

そこから認知拡大とフォロワー増加が見込めます。最短で成果を上げていくうえでは、非常に魅力的な点だと言えます。

一方で、デメリットもあります。Twitterは1日のなかで新規にフォローできる上限値が平均1日30〜50フォローのため、1日100人以上を新規でフォローできるInstagramに比べて、多くのユーザーに意図的にフォローバックを狙っていくことが難しい側面があります。

そのため、Instagramであれば初心者でも1か月で800〜1000フォローを獲得可能である一方、Twitterの場合は1000フォローを獲得するのに3か月以上かかるようなことも少なくありません。

しかし、Twitterも長期的に見れば、集客・販売につながる媒体ですので、余力があれば継続していくことに価値があります。

そしてTwitterは当社運用の実績からも10000フォローという1つの壁を超えたあとは、比較的伸びやすい傾向があり、10000フォローを超えてくると、TwitterからLINE公式アカウントやメルマガへの誘導も増えていく

ので、売上につなげていくことが可能になります。

Twitterを活用した マーケティングの流れ

次に、Twitterを活用したマーケティングについて、その全体像を確認しながら、説明していきます(図1)。

原則は、①Twitter→②LINE公式アカウント→③販売、という流れとなります。

図2のとおり、TwitterのプロフィールにはURLを貼ることができるので、基本的にはLINEの友だち追加URLを貼り付けるようにするとよいでしょう。

もしLINE公式アカウントを持つていない、あるいは開設する予定がない場合には、メルマガジンのURLでもよいですし、宣伝したい商品の紹介ページのURLでも構いません。

Twitterの 各種設定

Twitterの運用を始める際の初期設定について紹介します。

必要なのは大きく分けて、①アイコン写真の設定、②アカウントのコンセプト決定、③プロフィール

Twitterを活用した集客・情報発信について、2回に分けて紹介します。今回は、「Twitterマーケティングのメリット・デメリット、集客の全体像や、各種設定について確認します。」

SNSマーケティングにおける Twitterの有効性とは

まずTwitterをマーケティングで使う一番のメリットは、その拡

散性にあります。

拡散(シェア)機能は、Facebookにもあるものですが、(Instagramには拡散機能がありません)、Facebook以上にリツイート(他人の投稿をシェアすること)と呼ばれる拡散文化が日常的にユーザーに浸透しており、たとえば自社のフォロワーが少なくとも、シェアをしてくれたユーザーのフォロワー全員に自社の投稿が拡散され、

図1 Twitterを活用した集客の全体像

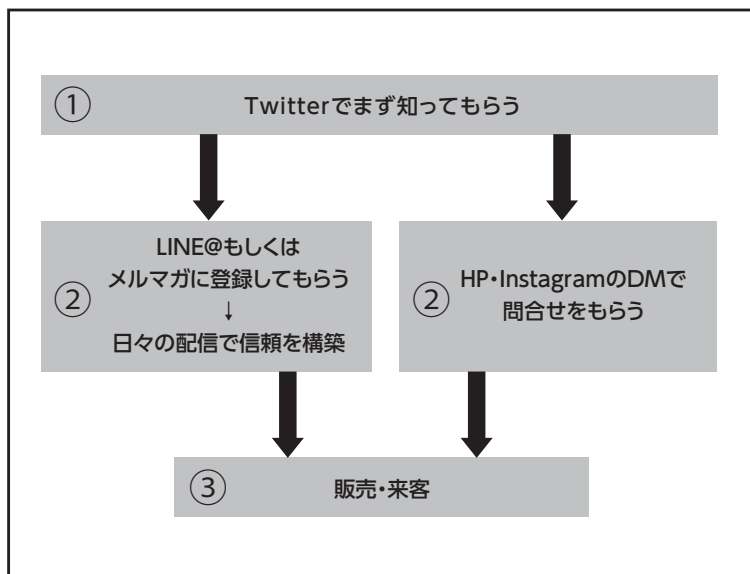


図2 Twitterのプロフィール文章の例

担当者の顔出し写真
または商品ロゴを
使用する

SNS集める!

SNSで2年で4億稼ぐ!

フォロー

専門分野・経歴・実績をまとめる

きたの 年商3億円社長 @shujiysyk

CEO lifestyle1995.25歳 | 4社経営 | 教育事業 | 出版/メディア運営 | 出版書籍 『SNSで人を集める』『SNSで4億稼ぐ!儲かる会社の集客論』 | 累計1万6千部達成

LINE登録URL

syk01.com/lp/adg/49s9 2019年12月からTwitterを利用しています

0 フォロワー 2,594 フォロワー

ツイート ツイートと返信 メディア いいね

固定されたツイート

でしよう。

自社（担当者）の経歴・実績も、できるだけ簡潔に「権威性」が伝わる形で書き出してみましよう。

経歴・実績を伝える場合は、たとえば、その領域に関して「〇〇年従事してきた」「〇〇年の研究結果」「合計クライアント数」「会社の売上」など、ターゲットに応じて響くキーワードも変わってくるので、自社のブランディングとターゲットに伝えたい内容の両側面を加味するようにしましょう。

③ プロフィール文章の設定

アカウントコンセプト（方向性）が固まったら、いよいよプロフィール文章を完成させます。

文字数の上限が160文字という制約があるため、より簡潔に自社（担当者）の専門分野、経歴・実績をまとめる必要があります。

また、Instagramであればプロフィール文章の改行ができますが、Twitterは文字数制限の関係で、情報量を詰め込むと、ほとんど改行ができません。

そのため、図2のようにケイ線で区切りを入れるなどして、専門分野と経歴・実績などを簡潔書きのように詰め込むことをおすすめします。