

## 売上アップを実現する SNSの上手な活用術

# フォロワーとの コミュニケーション術

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

執筆 喜多野 修次  
監修 山崎 弘章

掲載(予定)テーマ

- vol.19 SNS でのトラブル・炎上を防ぐには
- vol.20 ランディングページを最適化する
- vol.21 コンテンツを充実させるネタ発想のヒント
- vol.22 SNS 広告を活用するには
- vol.23 さらに集客・売上UPを図るには
- vol.24 SNS を採用につなげる
- vol.25 SNS 担当者の変更・引継ぎの動どころ



vol.

18

SNSを運用していても、売上アップにつながらないことがあります。これは、発信する情報自体は有益なのに、フォロワーとのコミュニケーションが希薄なために、ブランディング面で失敗してしまう(見せ方が上手くない)ことがあるからです。

今回は、売上増につなげるブランディングの勘どころとして、フォロワーとの適切なコミュニ

ケーション術を紹介します。

### フォロワーとの効果的な コミュニケーション術3選

フォロワーのエンゲージメント(深い関係性)は、SNSマーケティングで最も重要なものです。それを高めるためには、フォロワーと適切なコミュニケーションを取ることが大切です。

ここでは、様々なSNSで応用

できるフォロワーからの反応を引き出すコミュニケーション術を3つ紹介します。

#### (1) 問いかけをする

1つめのポイントはフォロワーに「問いかけをする」ことです。人は一方的に「これは○○です」と言われるよりも「これって○○だと思っただけ、みんなはどう思う?」「これって○○だと思わない?」「こんな動画撮ったんだけどこれ欲しい人います?」と問いかけをされたほうが、双方向的にコミュニケーションが取りやすい傾向にあります。自分ごととしてその情報をキャッチして、結果的にフォロワー側も積極的にアクションを取ってくれるためです。

これは、Instagramのストーリー投稿やLINEの配信で特に有効な手法です(図1)。

#### (2) 定期的にイベントを実施する

2つめのポイントは、定期的にイベントを実施することです。年中、何かしらのイベントが開催されている遊園地のように、SNSによる情報発信では、フォロワーを飽きさせない定期的なアクションが重要になります。

たとえば筆者の場合、『2022年最新インスタフォロワー増加

テクニック〇選』をまとめた動画があるんだけど欲しい人います??』というようなストーリーをInstagram上で月に1~2回ほど投稿しています(図2)。

#### (3) 丁寧なコメント回りをする

イベントの開催頻度としては、毎週では新鮮味が失われますし、2~3か月に1度では印象に残りづらいため、月に1~2回を目安にするとよいでしょう。

#### (3) 丁寧なコメント回りをする

3つめのポイントは、丁寧なコメント回りをすることです。フォロワーの投稿などに対してコメントを寄せるこの手法は、YouTubeやTikTokでは適用できない方法ですが(この2つはそもそもコメント回りをする必要はありません)、InstagramやTwitterでは効果抜群です。

具体的には、「投稿者に寄り添った個性の高い3行以上の共感コメント」のことを指します。

多くの人は、複数のフォロワーにコピー・アンド・ペーストで同様のコメントを残したり、「いいですね!」「素晴らしいです!」などの一言コメントを残すだけの運用をしています。

そうしたコメント群のなかで、3行以上の丁寧なコメントがあれば

図1 Instagramストーリーでの問いかけの例

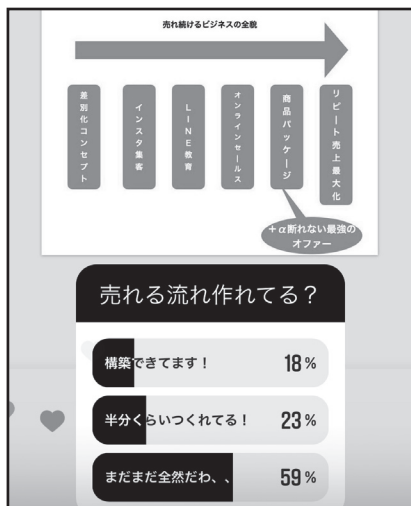


図2 定期的なイベントの開催例

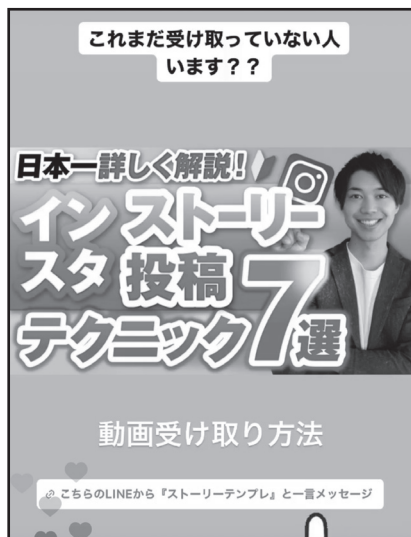


図3 怪しさを与えない投稿タイトル例



ば、コメントをもらったフォロー  
1側の記憶に残りますし、自社に  
対してさらに興味を深めてもらう  
ことができます。

コメントの具体例としては、  
「○○さんの投稿をいつも拝見し  
ておりますが、○○な部分がとて  
も共感できました。実際に私も採  
り入れていこうと思います!」と  
いうような30〜50字程度のコメン  
トが効果的です。

**SNSでの失敗・炎上を防ぐ  
3つのルール**

SNSで情報発信する際の注意  
点としては、基本的には、

- ・怪しくない
- ・煽らない
- ・批判しない

の3点に尽きます。

(1) 怪しくない投稿

最近では、経営者自らが会社の  
認知度を向上させるために、活発  
にSNSで情報発信していること  
が多いです。しかし、経営コンサ  
ルティングやマーケティングにま  
つわる業種のような場合、せっか  
く有益な情報を発信しようとして  
も、「いくら稼げる」「これくらい  
儲かる」というネタを題材に発信  
をしていると、怪しい印象を持た  
れてしまうことがあります。

そこで重要なのは、タイトル選  
定と服装（見なり）を整えること  
です。

当社の場合もマーケティング会  
社のため、「SNSで○○円稼  
ぐ」という題材をテーマにするこ  
とがあります。「30日で○○円稼  
げる方法」というタイトルも考え

られますが、胡散臭さが勝ってし  
まいます。その場合は「30日で月  
100人集客して売上UPする方  
法」という表現に変えると、クリ  
ーンな印象になります。

筆者のフォロワーは事業主や経  
営者が多いので、正直なところ、  
「稼ぎたい、儲けたい」を目的と  
しているわけですが、できる限り  
怪しくないタイトルを意識してい  
ます（図3）。

(2) 煽らない・批判しない

SNSでは、誰もが匿名で気軽  
に投稿できる一方で、他人の投稿  
に対する誹謗中傷が社会問題にな  
ることがあります。

SNSの利用者のなかには、あ  
えてフォロワーを煽ったり、小馬  
鹿にしたり批判したりして、マウ  
ントを取ろうとする人もいます。

そうしたいいわゆる「炎上商法」  
でフォロワー数が一時的に伸びる  
場合もありますが、総じて短命に  
終わります。炎上によって認知が  
広まるメリットもありますが、こ  
れが通用するのは一部のインフル  
エンサーに限られ、ハイリスク・  
ハイリターン手法といえます。

一方で、長期に渡って愛され続  
けるのは、フォロワーを大切にし  
ながら自分の意見をしっかりと発  
信しているケースが多いです。

当然のことながら、フォロワー  
の立場に立ったときに、SNS上  
で人を小馬鹿にしたり、必要以上  
に批判したりする人を好きにはな  
れません。自社のイメージや信頼  
を損なうことにもつながるため、  
不意な投稿をしないよう注意し  
ましょう。

きたの しゅうじ フリーランスを経て、株式会社SYKを設立。100アカウント以上のSNS運用実績をもとに、SNSマーケティングのコンサルティング・運用代行サービスを行なう。著書に「SNSで人を集める!」など。