

— SNS の特徴と活用例 —

【最新版】2021年4月更新

Facebook

アクティブユーザー層 20代-50代

ユーザー数 2600万人

実名で登録し、1人1アカウントが原則であることが特徴のプラットフォームです。ネット社会においてもっとも公共性の高く、BtoBに適しています。

向いている方

- ・BtoBをメインとした事業を行っている。
- ・幅広い広告配信を利用したい方

認知獲得 商品理解 ブランディング 集客 採用 サポート

Point ① 広報を通した信頼感の獲得

商品の製造工程やそこに関わる人が見える記事を投稿することで、商品に対するこだわりや自社の雰囲気が伝わり、ユーザーからの信頼感獲得に繋がります。

Point ② 広告機能を使った集客

実名での登録を基本とした正確なデータベースによるターゲティング精度の高さが特徴です。また、Facebookは広告フォーマットが豊富に用意されているため、広告の目的に応じた広告配信が行えます。

Twitter

アクティブユーザー層 10代-30代

ユーザー数 4500万人

匿名性が特徴のプラットフォームです。本音が飛び交うため一気に話題となる爆発力はある一方、速報性が大切なため投稿頻度や企画力が重要となります。

向いている方

- ・最新情報を常に発信したい方
- ・顧客とコミュニケーションをとりたい方

認知獲得 商品理解 ブランディング 集客 採用 サポート

Point ① 最新情報の発信

他のプラットフォームと比べタイムラインの流れが早くリアルな情報が重視されることを活かし、販売や空席の状況をリアルタイムで即座に配信するなど、最新情報を発信するのに適しています。

Point ② アクティブサポートの実施

消費者とコミュニケーションがしやすいという特徴を活かし、自社商品について話題にしている人に声をかけるアクティブサポートを実施したり、商品の販売後のアフターサポートをしたりすることができます。

Instagram

アクティブユーザー層 10代-20代

ユーザー数 3300万人

リンクを貼れないため、情報を提供するよりも、ブランドイメージと認知度を上げることに有効なプラットフォームです。

向いている方

- ・自社の世界観を発信し、ブランディングをしたい方
- ・ECサイトを運用しており、販促につなげたい方

認知獲得 商品理解 ブランディング 集客 採用 サポート

Point ① ショッピング機能でECサイトへ誘導

画像投稿がメインのプラットフォームなため、商品画像を大きくみることができます。さらに、画像にショッピング機能のタグをつけることで、タップすると紹介されている商品の販売ページに誘導することができます。

Point ② ハッシュタグによるブランディング

若年層の検索行動は、“ググる”から“タグる”が主流になりつつあるとも言われています。ハッシュタグを活用して自社の世界観をユーザーと共に共有する記事を投稿することで効果的なブランディングが可能です。

LINE

アクティブユーザー層 全世代が利用

ユーザー数 8600万人

タイムラインに投稿・広告出稿するなど、ソーシャルプラットフォームとしての機能を持ち合わせている一方、一対一の対応が基本のプラットフォームです。

向いている方

- ・拡散性よりも双方向のコミュニケーションを重視される方

認知獲得 商品理解 ブランディング 集客 採用 サポート

Point ① 友だち登録者へ一斉に情報配信可能

他のプラットフォームと違い、友だち登録者してくれた方のトークへ一斉にメッセージを送信する機能があります。LINEはメルマガ配信より開封率が高く、有益な情報を多くのユーザーにお届けすることができます。

Point ② LINE公式アカウントの運用

個人アカウントではなく、企業としてLINE公式アカウントを作ることで「ショッピングカード」「クーポン発行」「抽選」「広告に適した特殊なメッセージフォーム」など販促に役立つ機能を利用が可能になります。