



feel care

おっぱいマイスター[®] 協会

FOLLOW US:



初心者向け SNS使い分けガイド

アナタが提供したいサービスに
1番立ったSNSを活用し効率的に
認知されよう！！

～前書き～

このPDFは、

- 自分で起業するのは初めて
 - 仕事としてSNSを使うのは初めて
- という、**初心者の方**を対象としています。

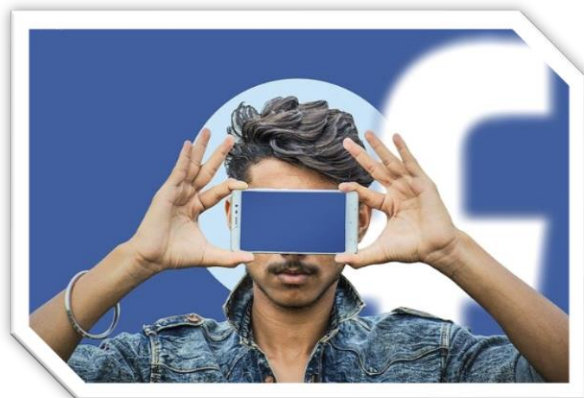
ビジネスとしてSNS使用経験の十分ある人には、このPDFを見るのには向いていません。

すでに知っていること、分かっていることばかりのことでしょう。

しかし、「まさにこれから」という人にとっては、このPDFは、個人事業主として成長していくにあたり、分かりやすい地図になるはずですよ。

私はアナログ人間だから…と言って手書きのパンフレットやチラシをポスト投函したり、駅前などで配る行為をする時代ではない事を、既にみなさん肌で感じていますよね。

苦手意識から、SNSに参加することに遠のいていた方も今回を機に、挑戦いただけたらと思います。



業種に関係なく、さまざまな人が活用しているSNS

今や数多くの企業がSNSを日常的に運用しているので、上手く使い分ける事でホームページをわざわざ作らなくても顧客獲得・宣伝広告・商品販売などに役立てていくことが出来ます！

これは個人事業主としてはとてもありがたいですね！

しかし一方で、一口に「SNS」と言ってもそれぞれが異なる特性を持っており、効果的に運用しようとしても一筋縄ではいかず、無駄にたくさんのアカウントを作り上手く活用できていない…と言う方も多いのでは？

そこで、今回のPDFでは起業間もない方が使いやすい**Facebook**・**公式LINE**・**Instagram**について、それぞれの特徴を紹介し、どのように使い分ければいいのか、改めて確認していただければと思います！





ホームページ代わりにもなるFacebook

「SNSのビジネス活用」と聞いて、真っ先にFacebookを思い浮かべる人は多いのではないのでしょうか？

実名での登録を前提としたSNSであり、全世界でも圧倒的なユーザー数を誇るサービス。ママ友や仕事関係者とつながっている人も多く、今やメールではなくFacebookメッセージを使って仕事のやり取りをすることも珍しくないと思います。

国内では30～50代のユーザーが多く、「趣味」よりは「仕事」の色が強い

Facebookは実名登録や自身の顔写真等を使っての利用が推奨されているため、社会的責任や自己の存在を明確にすることが求められるので、数あるSNSの中で最も「**堅実**」なツールの為ビジネスの交流にも重宝され多くの方が利用しています。

FBにはビジネスアカウントと個人アカウントがあります。

「ビジネスアカウント」で仕事の情報を提供し
「個人アカウント」でアナタの人柄を伝えていく事を
オススメします。個人投稿で普段のアナタを見せる事や
見ている人と共通の（家族構成や趣味など）をアップする
事で【**アナタの人となり**】が伝わります。

それにより**アナタのファン**が出来ます。

ビジネスは何を売るかではなく【**誰が売るか**】が大切な
ので、分自身のファンを作る事は、ビジネスで認知される
近道になります！

アナタの人間性が1番色濃く出るのがFBと言っても過言で
はないです。



<FBのビジネスアカウントとは>

1. ビジネス向けの機能が豊富

Facebookページにはユーザーの行動を分析する「インサイト」という機能がついています。

Facebookページでの投稿がどれくらいの人にリーチ（到達）したのか、どのくらい「いいね！」されたのかといった情報を詳細にチェックすることができます。

ここに蓄積したデータを元にして、フェイスブック広告を出稿することもできるので、このインサイト昨日は非常に便利な機能であると言えます。結果分析も可能です。

さらにFacebookページはGoogleやYahoo!などの検索エンジンの検索結果にも表示されるので、多少のSEO効果も期待することができます。

個人アカウントは検索結果にも表示されることはありません。

2.複数人でページを管理可能

個人アカウントは、ログインしている本人だけが利用するものです。しかし、Facebookページは作成した本人以外のアカウントを「管理者」として招待し、複数人での運営することができます。

あなたのビジネスにチームやスタッフができた時は、スタッフの力も借りながら管理運営することができるので非常に便利です。

3.個人ページはアカウントにつき1つだけ、 Facebookページは複数作成可能

個人アカウントは実名登録で、原則として1人1アカウントしか作成できません。

しかしFacebookページは複数ページ作成することが可能です。あなたのビジネスの目的や事業内容に合わせて使い分けたりすることもできます。

ビジネスが軌道に乗り始めたら、ビジネスアカウントを作成する事をおススメいたします！

<FB上でのマナー>

FBは個人の人柄が全て出ます、アナタのイメージを良くするも悪くするも見せ方次第で変わります！！

1・個人アカウントと商用の違いが理解できている？

- ・個人アカウントは商用と違い金額提示などの商売は禁止です
- ・商用は商売専用のアカウントになります
- ・商用のアカウントページでは自分の顔を載せるようにしましょう
- ・個人アカウントでの投稿は家族を守る為にプライバシー設定をして投稿をきちんと分けましょう

2・友達申請のマナーはできている？

- ・友達申請をする時はメッセージをきちんと送りましょう
- ・友達の友達に申請をする際は必ず最初に繋がっている人に一言伝えてから申請をするようにしましょう。
明らかに交流がある目上の方の知り合いに申請をする場合は申請前に一言断りを入れることが好ましいです。



3・イベントのマナーはできている？

- ・ イベントのキャンセルは周りに気づかれないようにし個人的に謝罪連絡をするようにしましょう。1人がキャンセルをする事で、連続してキャンセルが起こる事を避けるようにしましょう。
- ・ イベントを作成する際、参加費の支払い方は自分のペルソナ、自分の事業規模に合った方法かをしっかり考えましょう。



個人事業主同士の注意点！！

仕事を減らすのも増やすのもアナタの**人柄**次第です！！

1・FB仲間でのコラボ企画のマナー

- ・ 役割分担（宣伝・会場準備）をきちんとする事
- ・ 金銭の分配方法は最初に決める
(場所を借りる時や貸す時はその分も含めて話す)



開封率の高い 公式LINE

ビジネス用のLINE公式アカウントは、店舗や企業のLINEアカウントで、セールや新商品の情報を配信したり、イベントの告知に使うことができます。

開設数は300万件以上にものぼり、アカウントと友だちになったユーザーの半数近くがクーポン利用やキャンペーン応募などの行動に繋がっています。

LINEアプリにメッセージを配信すると友だちに通知が届き、すぐに気づいてもらうことができます。

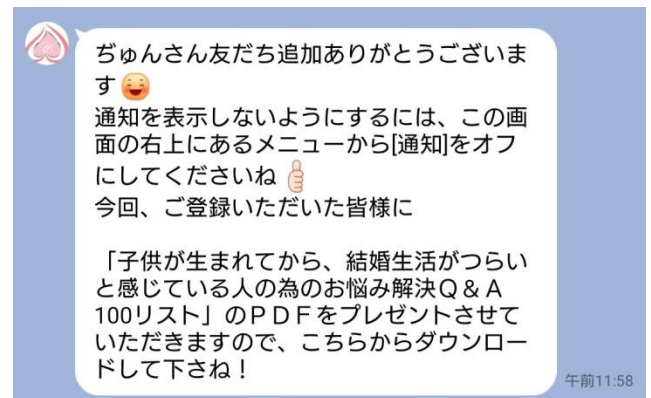
メールの場合は迷惑メールで弾かれたり、メールボックスに埋もれてしまうことも多いですが、LINE公式アカウントであれば、ブロックされていない限り100%友だちにメッセージを届けることができます。

LINE公式アカウントの主な機能をご紹介します。

1. メッセージ配信

友だちに対して、メッセージを配信できる機能です。
メッセージには様々な種類があり、

- テキスト（1吹き出し500文字まで）
- スタンプ
- 画像
- クーポン
- リッチメッセージ
- リッチビデオメッセージ
- 動画
- ボイスメッセージ
- リサーチ
- カードタイプメッセージ



を送信することができます。
テキストだけではなく、スタンプや画像などを組み合わせることで、友だちに興味をもってもらいやすいメッセージを配信することが可能です。

LINE独自のスタンプやクーポン、アンケート機能などを利用することができるため、販促や配信効果の分析ツールとして使い勝手の良いサービスです。

2.チャット

友だちになってくれた方で、トークやスタンプを送ってくれたユーザーに、個別でチャットができる機能です。この機能では、普段使っているLINEアプリのような感覚で、友だちと気軽にやりとりができます。

LINEを使って、友だちから問い合わせを受けたり、相談を受けたりすることが可能です。

3.自動応答メッセージ

ユーザーからメッセージやスタンプが送られてきた際に、自動で送信されるメッセージを設定できます。

大きく3つのメッセージの応答タイプが利用できます。

1.自動応答機能：ユーザーからのメッセージに対して事前に登録したメッセージをランダムに送信

2. キーワード応答機能：ユーザーから特定のテキストを受け取った時に自動で応答

4.クーポン・抽選

「LINEのお友だちになると、クーポンをプレゼントします！」というキャンペーンなどで利用されているのが、クーポン機能です。

LINE公式アカウントで、クーポンを作成・配信することができます。

5. ショップカード

店舗の場合に用いたいのが「ショップカード」の機能

LINEで店舗用の「デジタルショップカード」を作成し、LINEアプリを利用してポイントを貯める事が出来ます。

スマホ一つでポイントを貯める事が出来るので、「ポイントカードを忘れた！」という事態も防げます！

使い方の例としては、5回来店したら割引クーポンを発行する、といった活用が出来ます。

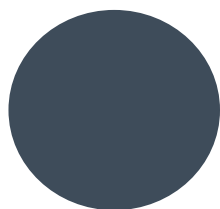
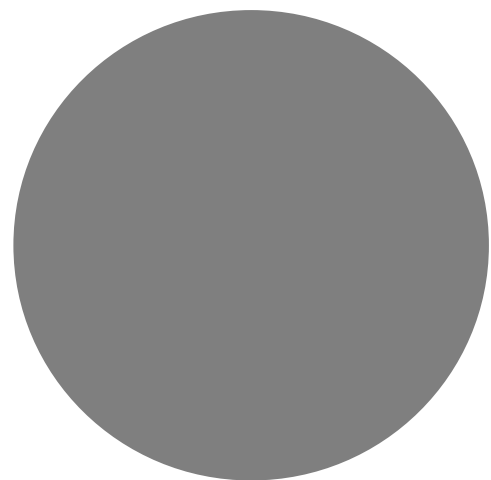


LINE公式アカウントはすでに300万件以上も開設されているメジャーなサービスとなっています。

無料から始められるので、是非取り組んでみてはいかがでしょうか？



写真に特化したSNSの
Instagram は拡散能力
が最も低いがインフル
エンサーになれば
影響力は大きい



Instagramには、他のSNSとは異なった特色があります

Instagramとは目で見て楽しめる
写真や動画などの投稿とその閲覧に特化
したSNSです。

Instagramの勢いを受けて、新しく
オープンするカフェなどでもインスタ映
えを意識した店作りが活発に行われてい
ます。



インスタグラムの**タイムライン**は、写真や動画が目立つような**ビジュアルに特化したデザイン**になっています。

投稿には**ハッシュタグ**をつけることができ、投稿を検索するときにはこのハッシュタグが大いに役に立つのです。

また、インスタグラムには充実した写真の加工機能があり、この加工機能によって、簡単にオシャレな写真を投稿することができます。

こうした写真の投稿を**サポートする機能が充実**していることも、インスタグラムがビジュアルに特化したSNSだといわれる理由になっています。

Instagramはビジネスには弱い？

インスタグラムの特徴として、他のSNSに比べて**投稿の拡散力が低い**ということが挙げられます。

インスタグラムには投稿をシェアする機能がなく、基本的に投稿は**フォロワーのタイムラインにのみ表示**されます。

一方、フェイスブックは友達や友達の友達まで投稿を届けることができます。

また、フェイスブックは実名で登録する必要がありますが、インスタグラムの場合はニックネームなどで問題ありませんが信頼度にかかります。

そして、インスタグラムでは、拡散力が低いという**欠点をカバーするために他のSNSとの連携が強化**されています。

インスタグラムで行われた投稿は、ツイッターやフェイスブック上で簡単にシェアすることが可能です。

Instagramの機能のまとめ

- テキストは必須じゃないが、投稿には写真or動画が必要不可欠
- 言語の枠を超えるため外国のユーザーの投稿も簡単に見れる
- ストーリー機能で手軽に投稿やシェアができる
- ビジネスプロフィールでビジネス用途でも使える
- 連絡先を連携させて知り合いを見つけやすい
- 気に入った写真や動画はフォルダを作って保管できる

ビジュアル重視の商品を扱うビジネス向け

自分の世界観をカタチに出来るので、自分のブランディングに合った投稿をする事で、興味を持ってもらえる可能性が高いです。



FB・公式LINE・Instagram・ブログの使い分け

～自分の職種に1番合うのはどれかを見極めよう！～

自分の投稿する内容で顧客の質が決まります

- ・ 宣伝したい事は拡散力の強いフェイスブックが1番効率的！
- ・ 顧客は人柄→技術力→値段の順に行くお店やスクールを決める自分の人柄や世界観、権威性はどのSNSが1番効果的見せられる？
- ・ 価値提供をして信頼構築をしたい場合は、どのSNSが良い？

これらを各SNSの特徴と自分が提供したいサービスの内容とをしっかりと照らし合わせて使い分ける事で、あなたのサービスの認知度が大きく変わります！

今回、お伝えした物以外にも、ブログ、note、YouTube、ワードプレス、ポイシーなど色々あります、初心者の方は今回の3つから始め自分に合ったメディアを活用してください。

～最後に～

ブログやSNSを仕事で活用したい場合に、気をつけるべきことを述べます。

① 正体を隠さない

誰がやっているのか分からないFBや公式LINEを見ることがありますが、仕事に活用したいのに正体を隠すのは矛盾しています。

役者志望の人が、覆面をかぶってその他大勢のエキストラを何百回やっても、主役に抜擢されることはありません。

同様に、正体を伏せていくら情報発信をしたところで、講師の仕事が見つかったり、教室の生徒さんが増えたりするということはありません。

② 連絡先を隠さない

「取材や講演、執筆の依頼、お待ちしております」と書いてあるのに、連絡先がどこにもない...そんなSNSもよく見かけます。

連絡先を載せるのが怖い、という気持ちは分かります。

しかしこれでは、「私はプロではありません」と宣言しているのと同じです。

「連絡のある方は、投稿のコメント欄にメッセージを入れてください」と書いてある場合もあります。

しかしこれも「私はプロではありません」と宣言しているのとなんら変わりがありません。

取材や講演、執筆の依頼を考えているクライアントがいたとしても、「そんなことをしてまで、連絡したくはない」というのが本音です。

仕事がほしいのにSNSに連絡先を載せないのは、お店を開いたにも関わらず、電気をつけず、出入口に鍵をかけているのと同じだということを、お忘れなく。

まあ、ここで述べた「正体を隠さない」「連絡先を隠さない」は、あくまでブログやSNSを仕事につなげたい場合に限った話です。

個人の楽しみでやっている人のことを、とやかく言うものではありません。

