

閲覧ユーザー
急増中!!
国内 750 万人
突破!!

ソーシャルメディアで実現する セールスプロモーションのご提案

facebook

話題のフェイスブックで 販促効果を引き出す Page 運用法

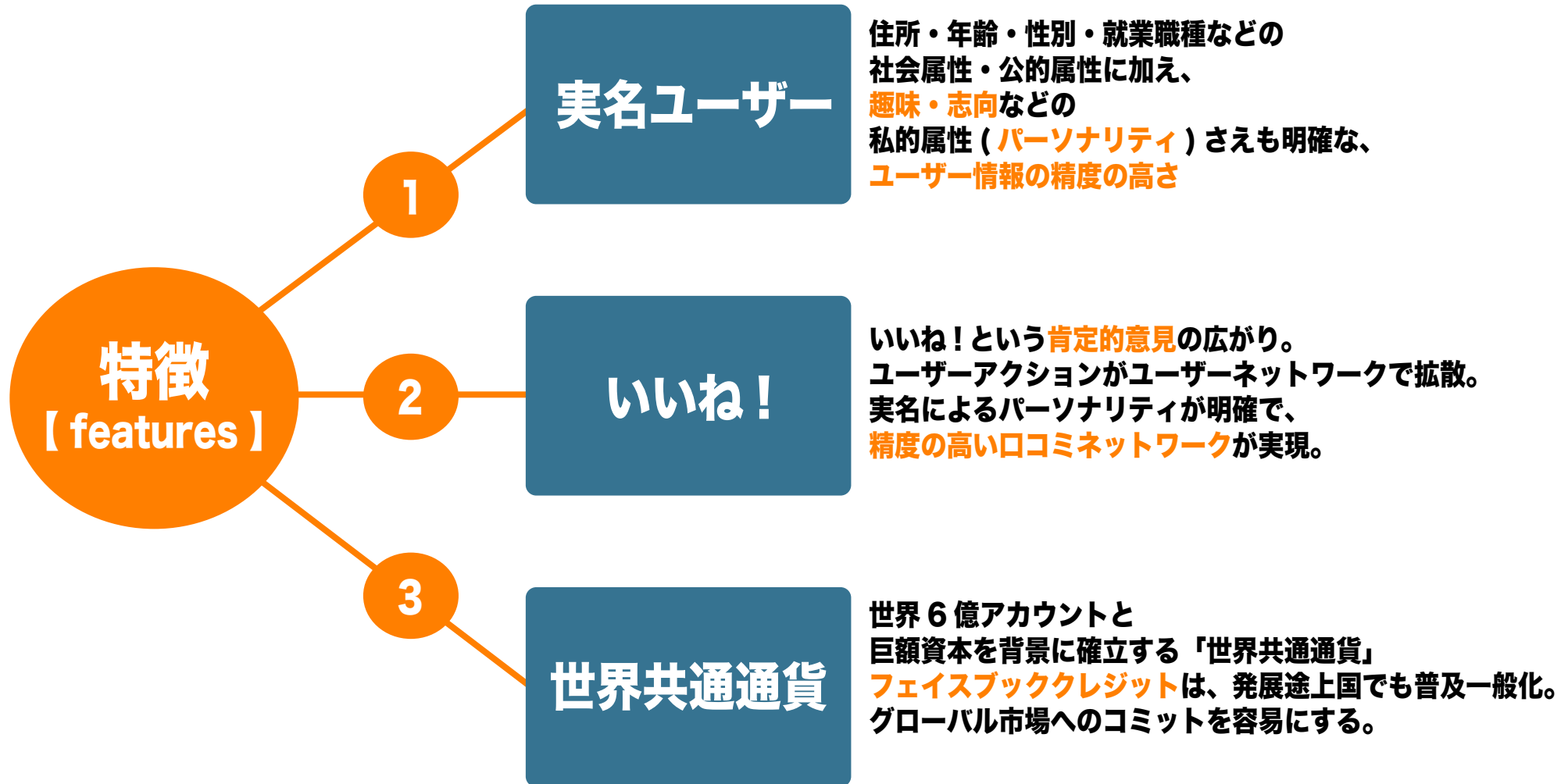
今、なぜフェイスブックなのか？
フェイスブックではどんな効果が期待出来るのか？
ファンページを開設してどう運営する？
疑問を解消すれば、フェイスブックを使うべき理由が明白となります。

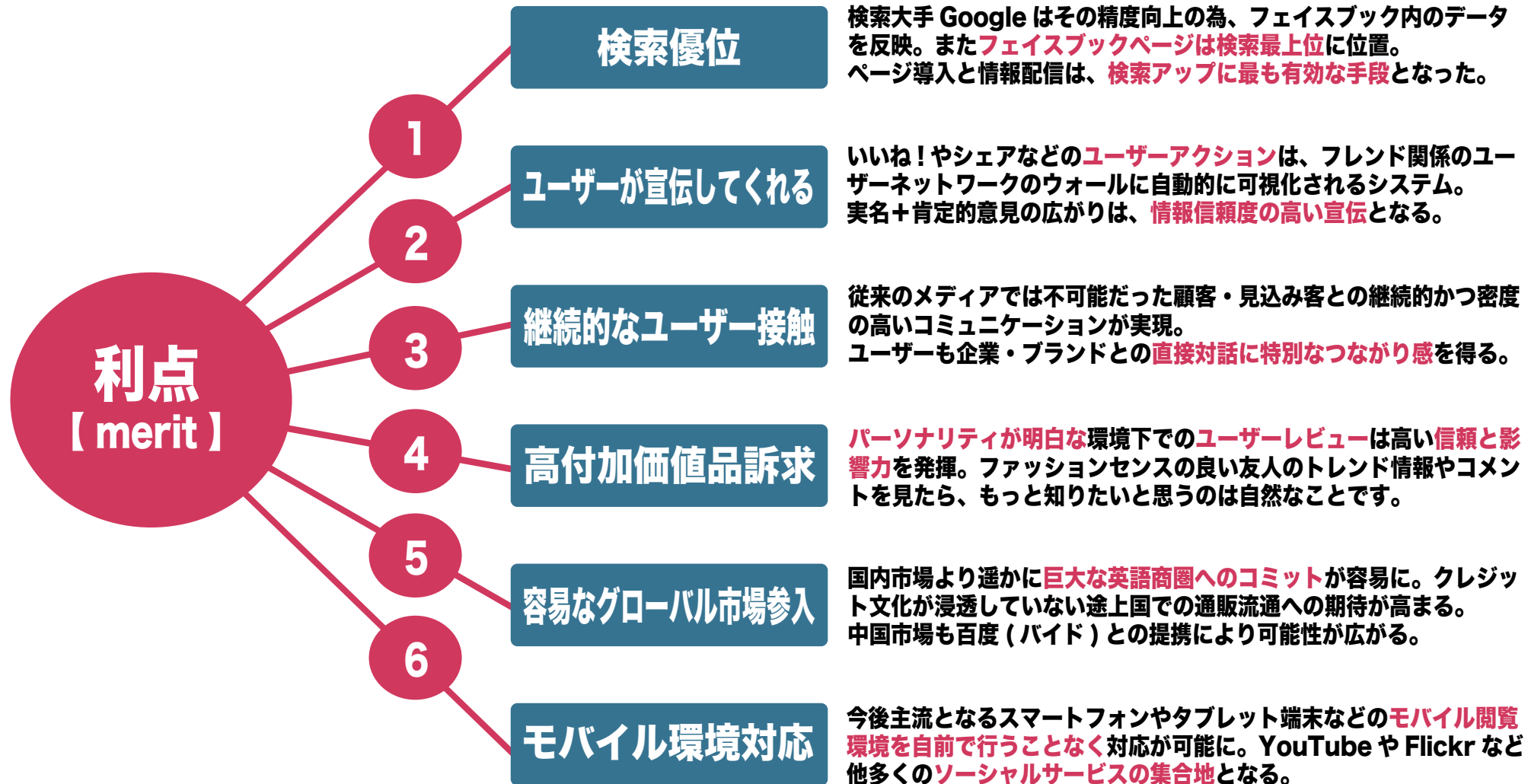
人と人をつなげるツールとして爆発的な普及をするフェイスブック。
実名登録が弊害となり日本普及を疑問視されるなか着々と登録者を増やしています。
一般普及のキャズム超えが直前となり、
フェイスブックは新たな利用シーンに移ります。
優れたツールからサービスへ。
そのサービスは「興味・関心」のつなげるコミュニティの提供です。
今後のソーシャルネットワークの動向をふまえ、
フェイスブックで効果的なセールスプロモーションをご提案します。



BluePark,inc.
Media & Promotion Planning

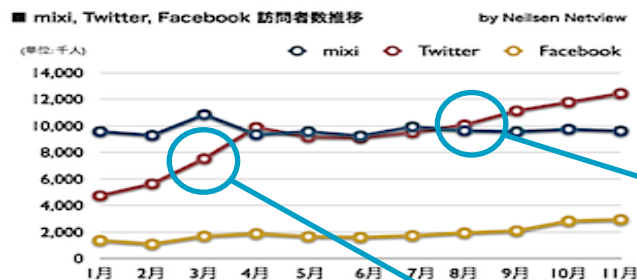
BluePark,inc./ ブルーパーク
Fuyuki Iwase / 岩瀬冬樹
〒332-0033
埼玉県川口市並木元町 1-67 1328
☎ 050-3428-3726(IP-Phone)
Skype-ID playlife-iwase
Mobile : 090-1766-2006(SBM,Viber)
Mail : bluepark.iwase@gmail.com





利用者推移

© Neilsen Netview by In the Loop



昨年の Twitter は春以降メディア露出が顕著に。秋前から加速的に利用者が増加し、国内 NO.1 の mixi 超えを果たすまでに成長。



震災の影響を加味しても昨年の Twitter 傾向と同様の動きを見せる facebook。春夏のメディア露出や関連本の発行などの動きも同様に、秋以降の利用者増が普及期から発展期への移行を示している。

トレンド推移

創世初期

社会・地域性のつながり

ソーシャルネットワーク本来の姿は、地域属性が強いコミュニティにおける情報共有手段としての役割。

普及期

人と人のつながり

他を比較して facebook がコミュニケーションシステムとして優れている点。

発展期

趣味・志向のつながり

ツール以上の使い方や楽しみ方を求めるフェーズへ。ファンページはニュース性の役割に加え、ユーザーニーズの起点に。

都市部から地方在住者の普及が加速
PC 閲覧からモバイルアクセスが中心へ

興味・関心の集合地がユーザーニーズに
価値観の共有・共感の場がメディア化

ユーザー側のニーズ

- 「FB でもっと楽しめる場所が欲しい」
- 「自分の趣味志向にマッチした情報を入手したい」
- 「ファンとなった以上特別な計らいが欲しい」

課題

双方
ニーズの
マッチング

企業・ブランド側のニーズ

- 「より多くの商品販売情報を発信し売上に繋げたい」
- 「ツイッターと同じことをしても意味がない」
- 「プロモーション成果としてブランディングを確立したい」

従来のページ運営

「いつもいつも買ってくれ
ばかり言われるもの嫌だな」

- ファンになった特別感が欲しい
- もっと親密なやりとりがしたい

- 新製品発売されました！
- 新作絶賛発売中！買ってね

「特別な扱いって割引ばかりだし、
不特定多数を相手には出来ない」

導入すべきページコンセプト

コミュニティ内で入手しうる
特別な情報として認知・拡散

自分の趣向とマッチした他のユー
ザーとも出会う場になる

いいね！

企業・ブランド
情報を
コンテンツ化
テーマコミュニティ

記事化

販売商品情報を記事・コンテンツ化
でコミュニティ内ソースに

企業発信情報がコミュニティ活性要素に
ユーザーと同一線でコミュニティへ参加

興味・関心の集合地 = テーマコミュニティ = ブランディング

ページ基本構成

【ウォール】

更新したデータが自動的に配置・閲覧されます。ユーザーにとっての情報のキャッチポイント。ファンになったユーザーには自動的にユーザーのウォールに表示されます。

【基本データ】

企業・ブランド情報を含めページプロフィールを表示します。

【写真】

最も手軽で有効なコミュニケーションツールとなる画像を保存。拡大表示にて画像付加したコメントが一覧表示されます。

【ディスカッション】

ユーザーに対しての質疑を設定。交流用のお題目を設定するなど。

【ノート】

長文などの記事を設置。じっくり読んでもらう為の静的コラムに最適。ファンとの共有機能付。

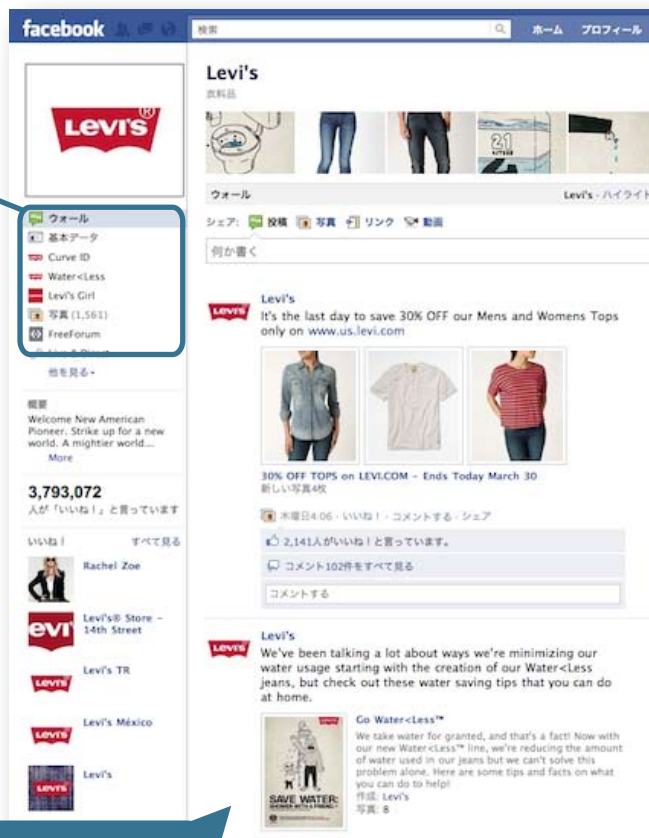
【イベント】

公開するスケジュールなどを記載。期日付近になるとファンに自動的に通知。

記事化したアイテム情報をウォールに投稿



フェイスブックにてユーザーが閲覧する情報ソースは、外部リンク付にて詳細表示の方が好まれます。ウォールは情報のキャッチポイントです。



じっくり読ませるコラムコンテンツ

ノート機能を活用したコラムコンテンツ。商品そのものから活用シーンを含めた提案型にて訴求。保存性と再読性のある企画でサイト滞在時間や再接触機会を促します。



雑誌のようなライフビジュアルコンテンツ

iframeを使ってWEBコンテンツを表示。雑誌のような表現力と訴求力を持つビジュアル型コンテンツで付加価値品をアピールします。



コメントを残しやすい動画・画像コンテンツ

言語を問わない画像や動画コンテンツは幅広くファンを獲得する最重要コンテンツ。FlickrやYouTubeなど外部サイトを有効活用し、分散しているソーシャルサービスがFBで統合することも可能です。



フェイスブック内で完結する決済機能

インラインフレーム設定にて外部決済サイトを表示。そのまま購買処理も可能に。もちろん直接リンク設定も可能でサイト先を選びません。

男性向け MONO 情報ブログメディア

self branding concierge

masterlounge

<http://playlife-mag.net/>

ソーシャルサービス
内でのユーザーは、企業側
が発信する「販売情報」などは
敬遠してしまいます。「売りたい・
買って欲しい」という企業実益型情報
は発信するほど敬遠される傾向下に。
ユーザーが求めているのは「自身にとっ
ての有益な情報」です。
販売情報を如何にユーザーにとって
有益にするかは「コンテンツ記事
化」する施策が重要です。

記事化

自社メディア
WEB サイトやブログ

ブランドイメージや商品情報から、購買の決済機能まで
充実したWEBサイト。スタッフの日常から商品紹介で
親近感を抱かせるブログなど、企業・ブランド発信の自
社メディアは「標準的」なものとなりました。

今後の自社メディアの課題は、

- 商品情報ページへのリンク誘導
- E コマース実績の向上
- 主要 SNS からのリポートアクセス等になります。

この3点をクリアすべく、メディアネットワークが重要
になります。



facebook

フェイスブックページ
自社コミュニティ企画ページ

twitter

速報性と拡散に最も有効ツール

2010年のブレイク後もコンスタントに
利用者を伸ばすツイッター。
日常的な情報接触ツールとして一般認知
されたことで最重要ツールへ。
実は特定のターゲットにリーチにも有効
で、メディアアカウントからは、年齢・
職業・趣味・興味分野から抽出したフォ
ロワーを確保。特定ワードのツイート検
索での情報提供など積極的アプローチを
実施しています。



@masterlounge



facebook

ブレイク確実！先行者利益は秋まで

人と人を繋ぐツールから、興味・関心
が繋がるサービスへ。今年度利用者を増
やしブレイク確実な facebook の先行
者利益は秋までの予測も。
速報的な情報よりも、じっくりと閲覧す
るタイプのコンテンツや豊富な画像ギャ
ラリーなどが評価を得る傾向です。
コミュニケーションのキッカケとなるコ
ンテンツ提供ページにて企画策定中。



[http://www.facebook.com/
pages/MasterLounge/
112992815444776](http://www.facebook.com/pages/MasterLounge/112992815444776)



モバイル閲覧環境対応

これまでモバイル環境といえばケータイ
端末でしたが、今後スマートフォンやタ
ブレット端末がその主役を担います。
facebook ページはその豊富なアプリに
よって閲覧環境が整備されており、わ
ざわざモバイルサイトや OS によって設定
を変える必要もありません。
モバイルアクセスが主導線となる場合、
Twitter や facebook に情報を載せる
ことは必須となり、その差別化が重要で
す。

iOS 4
 ANDROID

メディア
コンセプト

新製品・リリース情報を記事化

シンプルな志向から上質が見えてくる
拘る大人の逸品プロダクト情報サイト

http://playlife-mag.net/



特集企画

NIPPON PREMIUM
喝采の Made in Japan

誇りと情熱と伝統の技が生み出す傑作との出会い。
地盤産業のファッションアイテムをはじめ、現代
にリマッチされた伝統工芸品の数々やハンドメイ
ドのファクトリーブランドをクローズアップ。

LEATHER LOVER
溺愛レザープロダクト

素材が持つ味わいに肌触りの感触と色合い。受け
継がれた技術でこそ生み出されるプロダクトに敬
愛を抱かずにはいられない。カバン・革小物、靴、
ウェアなどレザープロダクト全般を網羅。

TOUGH GEAR
オーバースペックの美学

極限の状態で使われ、その命を守る事を使命と
して生み出されたタフギアたち。アウトドアやミ
リタリーなど人類の歴史と共に歩んだ進化の歴史
を追う。

企画連動 FB ページ

和装男子倶楽部

着物、扇子など伝統的工芸品が現代のエッセンス
をまといファッションシーンを盛り上げる。伝統工
芸品に秘められた魅力を発見するコミュニティ。

革ラボ
革製品総合研究所

ハンドメイド工房による革素材・製法からメンテ
ナンス法まで、革製品の魅力に触れ、革にイイこ
とを知るコミュニティ。

TOKYO SURVIVE
その時に備えるべきモノ

コンクリートジャングル東京で、エマージェンシー
時に生き抜く為の役立ちギアとその活用法を知っ
ておく。今この時を生き抜くことがサバイバル！

メディア
スタイル

伝わるブログメディア形式
口頭文体の親近感で
購買行動に影響を！

メディア
システム

フォロワーを共有して発進力拡大
100 万人規模の
情報配信ネットワーク

メディア
ネット
ワーク

すべての閲覧に対応するメディア環境
幅広い情報配信環境の構築
ユーザーシーンに届くメディアに

ターゲット
ユーザー
世代

狙うべきは最大人口世代
平均年齢 32.7 歳
男性ミドルクラス層

ターゲット
ユーザー
行動

BUZZ 効果の源となる
積極的な情報発信が
自己表現になる

ターゲット
ユーザー
傾向

紙メディアからの離脱組
ライフリズムから
利用メディアが変化

FB ページ導入初期設定



- facebook 内ページ開設・設定
 - アカウント設定・独自 URL 取得
 - 標準ページ設定/基本データ・イベント・写真
ウェルカムページ設定
YouTube・Flicker などプラグイン設定 等
- ※画像などの素材はご用意下さい。

¥ 150,000 (税別)

FB セールスプロモーション



- ページコミュニティ企画・運営/更新作業全般
- インサイト設置 / アクセス解析
- コンテンツ記事の投稿 (隔日 月 20 記事投稿)

※画像などの素材はご用意下さい。

※3ヶ月期間契約にて

¥ 100,000 (月額・税別)

iframe 対応コンテンツ制作



- 運営テーマにそったオリジナルビジュアル
コンテンツの制作と設置
- iframe 設定
サーバー開設設定可、ショッピング機能実装

※モデル、ロケ指定などの場合、別途実費を請求致します。

¥ 200,000 (月額・税別)

コンテンツ SEO 対策

WEB 上やカタログなど
すでに用意ある素材を
有効活用。

- ソーシャル上では敬遠される商品宣伝情報を、
ユーザーがキャッチしやすいコンテンツ (記事)
化して配信。ソーシャル上のトラフィックを増やし
検索率を高めます。
- facebook ページ導入前のお試しに。

※3ヶ月期間契約にて

¥ 50,000 (月額・税別)

MasterLounge ネットワーク配信

テーマコミュニティへのコンテンツ投稿

MasterLounge サイト内バナーの設置

MasterLunge 内ビジュアルフレーム設置

テーマコミュニティページ内 iframa 設置

記事内にてバナー広告を設置