

ソーシャルメディアをより生かすために

3回目の今回は、サンプリングの効果を高めるために非常に有効なフェイスブックを運営する際のポイント、そして円滑な運用を可能にする便利アプリについて紹介する。

フェイスブックの効果を最大化しつつ 人件費のコストを削減するには

企業がサンプリングの実施を検討する際、生活者と実施後もほどよい関係を保つためにも、フェイスブックを絡めた施策を提案しています。しかし、そこで問題となるのが「フェイスブックの運用」についてです。フェイスブックのウォールへ投稿するタイミングは、就業時間外が良いとされています。しかし、そうすると残業代などのコストが掛かってしまうのです。この問題を解消するために、自動投稿できるアプリが開発されています。こういったアプリを使うことで、業務時間内に投稿準備ができ、余分なコストを使わずに最適なタイミングで投稿することが可能になります。

また、フェイスブックのプロモーションガイドラインでは、フェイスブックの機能を使ってキャンペーンを行ってはならないと規定されています。そのため、何かキャンペーンを実施したい場合は、外部アプリを使わないといけません。ただ、その際に気をつけなければならないのが、

キャンペーンの内容やその目的によって、最適な外部アプリ、デザインは変わってくることです。外部アプリの仕様によっては、ユーザーのキャンペーン参加のモチベーションを下げってしまう可能性があります。モチベーションを維持するためにも、目的に合わせたアプリを選び、目的にあったデザインにすることが必要なのです。そうすれば、フェイスブックのプロモーションガイドラインに抵触することなく、広くキャンペーンを周知させる仕組みを構築することが可能です。

アプリを活用し サンプリング効果を最大化する

当社では、自動投稿やキャンペーンとして使える写真投稿コンテスト、懸賞キャンペーンのアプリなども開発しています。なぜ、こういったアプリを開発しているかというと、企業がサンプリングを実施する際、その後のキャンペーンにかかわる環境をあらかじめ用意しておくこと



「写真投稿アプリ」はフェイスブックのデザインを崩すことなく、オリジナル画像が使用することができ、サンプリングをきっかけに集めたユーザーへのキャンペーンが実施できる。

で、サンプリングにプラスアルファの工夫を施せるからです。その工夫とは、例えば、商品だけをそのまま渡すのではなく、リーフレットなど商品特性や企業メッセージと合わせて渡すことです。それにより、商品の魅力が伝わりやすくなり、話題になる可能性も高くなるのではないのでしょうか。

今回は、ソーシャルメディアを使ってサンプリング効果を高めるためにも抑えなければならない運用部分のポイントを紹介しました。企業は、生活者の声を直接集めることが難しいものです。それを補うためにも、ソーシャルメディアを活用することが大切ではないでしょうか。

サンプリングを最大化する、フェイスブックの運用部分のポイント

1. ユーザーに見てもらいやすい投稿の時間は、就業時間外。アプリなどを使って最適なタイミングで打ち出す。
2. フェイスブックのプロモーションガイドラインにより、企業のキャンペーン実施時には、外部アプリを使用しなければならない。しかし、外部アプリを使う際は、そのキャンペーンの目的や内容に応じて最適なアプリを選ぶことが必要。



ダイレクトバンクス
代表取締役社長
中尾 誠一氏

なかお・まさかず / サンプリングをはじめとするフィールドプロモーション分野を軸に、ウェブプロモーションやソーシャルメディアを組み合わせた次世代販促施策の研究に注力している。05年より現職。