

HOTTOLINK NEWS LETTER

03

この度は、お世話になります。株式会社ホットリンク・エディターチーム編集長の澤山大輔（さわやま・だいすけ）と申します。

弊社は博士号を持つデータサイエンティストチームの分析と、支援実績豊富なマーケティングチームを保有する、ソーシャルメディアマーケティングに強みを持つ会社です。

今月から、「ホットリンク・ニュースレター」と題し

情報リソースを配信させていただきます。

ソーシャルメディアマーケティングのエキスパートがそろう弊社発の知見、弊社内でしか流通しないコンテンツの一部紹介など、貴社ビジネスの発展に少しでも寄与するニュースレターを目指します。

末永いご愛顧のほど、よろしくお願い申し上げます。

株式会社ホットリンク 編集長 澤山大輔

01 フォロワーを増やしたいあなたへ

まなぼろSNS

hotto link

#

フォロワーを増やしたいあなたへ

執筆者：ムロヤ

・ Publisher
株式会社ホットリンク
〒102-0071 東京都千代田区富士見一丁目3番11号富士見デュプレックスビズ 5階
代表取締役グループCEO 内山 幸樹

・ 配信担当 澤山大輔
電話番号：03-6261-6930
URL：<https://www.hottolink.co.jp/>

01 フォロワーを増やしたいあなたへ

こんにちは。マーケティング部部長のムロヤ (@rmuroya) です。

ホットリンクとしてのマーケティング活動の推進や、クライアントのソーシャルメディアマーケティングのコンサルティングなどに日々取り組んでいます。

SNSを頑張ろうと思ったとき、真っ先に「フォロワー数を伸ばしたい！」と考えてしまう人は多いかもしれませんね。

ところで、フォロワーを増やしたあとで、あなたはどんな言葉を届けたいのですか？なぜ、多くの人に届けたいのですか？

アカウント運用は「SNSの、オウンドメディアとしての活用」です。お客様となりうるフォロワーがアカウントに集まっていれば、相応の効果も期待もできます。

例えばアパレルなら、モールや広告に頼らなくても、自社ECや店舗に集客できるようになりますよね。

自社の投稿を拡散してくれるコミュニティができれば、強いアカウントの基盤形成にもつながるため、オウンドメディアを育てるメリットは大いにあります。フォロワーが多いに越したことはありません。

とはいえ、ビジネスモデルや課題の状況によっては、フォロワー数を伸ばしてオウンドメディアを強化する以外にも、効率的な方法があるかもしれません。

アカウントの投稿を作って自分（企業）の言葉で発信するより、信頼性の高い第三者に発信してもらう方が、今のビジネス課題を解決できる可能性はありませんか？

フォロワー獲得目的のキャンペーンを連発していませんか？

フォロワーの「数」ではなく、本当は「質」を重視すべき状況となっていませんか？

ビジネスの規模的に、自社のフォロワーを増やすよりも、その分のコストを普通に広告に振り向ける方が、効率が良かったりしませんか？

本当に成し遂げたいことを思い出しましょう

フォロワーを増やすことで、本当にゴールに近づくのか。

フォロワーを増やすこと自体が、ゴールになっていないか。

フォロワー数は、良くも悪くも目立ちます。外から誰でも見えます。

競合と比べてフォロワー数が多いか少ないか、簡単に見比べられます。フォロワーが伸びれば、脚光を浴びることだってできます。

要するに、分かりやすい指標として評価されやすいのです。

・ Publisher
株式会社ホットリンク
〒102-0071 東京都千代田区富士見一丁目3番11号富士見デュープレックスビズ 5階
代表取締役グループCEO 内山 幸樹

・ 配信担当 澤山大輔
電話番号：03-6261-6930
URL：<https://www.hottolink.co.jp/>

01 フォロワーを増やしたいあなたへ

でも、一度立ち止まって考えて頂きたいです。果たして、それでいいのでしょうか。

本当に出したい成果はそこなのでしょうか。

SNSを個人で活用している人にして、本当にやりたい姿から目を背けていませんか？

フォロワー数を増やす行為は、本当にあなたのキャリアを満足させるものですか？

キャリアアップのための実力向上や実績づくりをおそろかにしている間に、SNSをやらずにせつせと実力を磨き、実績を積み重ねているライバルに抜かされてしまうかもしれません。

フォロワー数を増やせば「なにか特技を持っているすごい人」のように思われる確率は高まるでしょう。でも、肝心の「すごい人」だと証明する実績や能力を身につけない限り、仕事のオファーが舞い込み続けることは、難しいのではないのでしょうか。

企業がSNSをビジネス活用する際に作りがちな「メディア型のInstagramアカウント」についても、少し書いてみます。

商品の直接的な紹介はほとんどせずに、お役立ち情報をひたすら発信しているようなアカウント、ありますよね。

たとえばいうと、化粧品を扱っている会社なのに、商品のPRよりも「暮らしのコツ」みたいな情報発信を行なっているアカウントです。

商品が属するカテゴリに関した、あらゆる有益情報を発信するアカウントにすれば、商品情報のみを発信しているアカウントよりは、フォロワーを集めやすくなると思います。

簡単に数十万フォロワーには達するでしょう。フォロワーを多く集めた成功事例として取り上げられるかもしれません。

ただ、目に見えてフォロワーは増えると思いますが、売上／利益へのインパクトはどれぐらい見込めそうでしょうか。

その施策にかけたマーケティング投資が、他の施策よりも効率が良いのかも、しっかり考えておきたいところです。

フォロワー数を増やすという「手段」を否定しているわけではありません。

しかし、その「手段」が課題解決に効率的に結びつくかどうかは、状況によって異なります。

フォロワー数がKPIにならないときもある

「KPI」という言葉の意味を、きっと皆さんは説明できるはずです。

ですが、KPIの意義については、深く考えてみたことはありますか？

・ Publisher
株式会社ホットリンク
〒102-0071 東京都千代田区富士見一丁目3番11号富士見デュープレックスビズ 5階
代表取締役グループCEO 内山 幸樹

・ 配信担当 澤山大輔
電話番号：03-6261-6930
URL：<https://www.hottolink.co.jp/>

01 フォロワーを増やしたいあなたへ

KPIは、KGIにつながる中間指標です。KPIだと思って設計した指標がグイグイ伸びたとしても、肝心のKGIが連動して動かなければ、KPIとは呼べません。

動かない時点で、「Key」ではないですよ。ほしい最終結果につながりにくいのですから。

KPIマネジメントの本質が抜けていれば、簡単に目標設計を間違ってしまう。

全然Keyじゃない指標を選んでいたら、貴重なリソースの浪費です。せっかくの自分の努力やチームの努力が泡になりますので、避けていきたいですよ。

SNSマーケティングの前に、マーケティングを考えましょう。ビジネスを考えましょう。

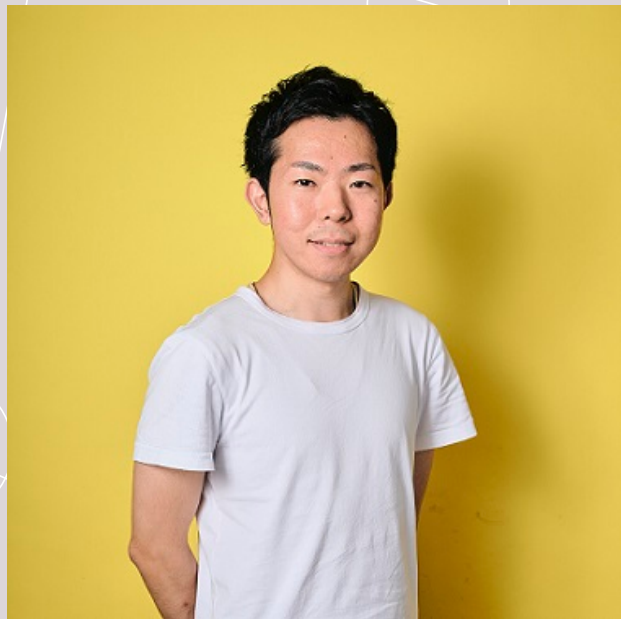
お客様が喜ぶこと、お客様に選んでもらえることを考えましょう。

フォロワー数を増やすことで、あなたが必死に解決したい課題は解決しますか？

地味ですが、到達したいゴールから逆算していく思考が大切です。

言われてみればとても当たり前のことですが、人間は派手で目立った「HOW」に飛びつきやすい習性がありますので、あたらめて筆を取ってみたい次第です。

KPI設計で迷うことが多い方は、お気軽にご相談ください。



室谷良平。マーケティング本部・マーケティング部部長、ホットリンク総研所長。

2019年入社。各業界向けのSNS活用のメソッド開発や、企業のSNSコンサルティングに従事。前職では、全サービスのマーケティング全般の戦略立案やグロース施策の実行のほか、マネジメントも務めた。

大手企業のセミナー講師としても活動。

著書に『1億人のSNSマーケティング』。



・ Publisher
株式会社ホットリンク
〒102-0071 東京都千代田区富士見一丁目3番11号富士見デュープレックスビズ 5階
代表取締役グループCEO 内山 幸樹

・ 配信担当 澤山大輔
電話番号：03-6261-6930
URL：<https://www.hottolink.co.jp/>

02 Press Release 主要ニュースご紹介

- 2021年03月19日
ホットリンク、Twitter Japanの広告認定パートナープログラムにて、「Standard」に認定
- 2021年03月16日
週刊粧業にて、当社コンサルティング部・岡崎の連載「SNSで売上拡大 コスメ業界の新販促手法」が掲載されました
- 2021年03月09日
NHK『逆転人生』に、当社CMO・飯高がSNS専門家として出演します
- 2021年03月05日
トレンドExpressと「9segs®」のM-Force、中国市場における顧客起点マーケティングの支援強化にむけた協業を開始～4月7日にオンラインセミナーを開催
- 2021年03月02日
当社代表取締役グループCEO・内山が、日本最大級のブロックチェーンカンファレンス「btokyo」に登壇します
- 2021年03月02日
日本マーケティング学会発行『マーケティングジャーナル Vol.40, No.3』にて、当社が共同調査したデータが紹介されました
- 2021年02月17日
Instagram運用におけるデータ分析サービスを提供開始
～ハッシュタグ投稿数の推移分析で、インスタ内のUGC活用をサポート～
- 2021年02月12日
当社R&D部部长・榊が執筆に加わった『計算社会科学入門』が出版されました

• Publisher
株式会社ホットリンク
〒102-0071 東京都千代田区富士見一丁目3番11号富士見デュープレックスビズ 5階
代表取締役グループCEO 内山 幸樹

• 配信担当 澤山大輔
電話番号：03-6261-6930
URL：<https://www.hottolink.co.jp/>