

第26回

集客や製品・サービスの認知度アップが狙えるSNS広告。



Profile プロフィール

Twitter Japan株式会社

Online Sales Head of Japan SMB

古屋 輝周

アクセンチュアにて戦略コンサルティングを経験後、リクルートにて女性向けアパレル・コスメ商材Eコマースに従事。

その後、レクシスネクシス・ジャパンにて日本および韓国のBtoB向けデータベースのマーケティングダイレクター。

2015年よりTwitter Japanに入社し現職。

広告効果の高いSNS

SNS広告とは、TwitterやFacebookなどSNSに出稿する広告のこと。大勢のユーザが日常的に利用するSNSは、広告効果が高い媒体です。ユーザの発言やフォロー対象から興味関心を絞り込んで広告を配信できるうえ、情報拡散も狙えます。匿名で気軽に情報発信ができるTwitterは、その瞬間の「思い」や「やりたいこと」をツイートする人が多いので、ユーザの心情に働きかけるプロモーションを展開することができます。例えば「眠れない」と言う人のタイムラインに安眠枕を宣伝するツイートを配信するなど、潜在ユーザを発掘することができます。逆にFacebookは実名登録のため、ターゲット属性を細かく指定して広告を配信できます。

成功させるコツとは

SNSユーザは、広告を見たくてタイムラインを眺めているわけではありません。そのため、いかにも広告っぽい「〇%オフキャンペーン中！」と打ち出したり、「こんなことでお困りではありませんか?」という問い合わせや、ニュース性のある内容がおすすめです。共感できる投稿、「おもしろい」と感じられる投稿は、広告であってもどんどん拡散します。SNSは、お客様とのコミュニケーションを築くツールでもあるので、一方的にならないことが大切。社内の出来事など、広告以外のツイートも発信しましょう。接点が購買のタイミングだけだった既存顧客と日常的につながることができますし、親しみを感じて企業や製品のファンになってくれます。なにより、ユーザとの会話の蓄積は、企業にとって大きな財産です。

新入社員でも成果をあげられます

SNS広告は、表示されるだけでは課金されず、自社サイト誘導があったときなど成果があったときに課金されます。予算に合わせて広告を配信できますので、ターゲットをうまく絞れば、少ない費用で高い効果を上げることも可能です。

SNS広告は決して難しくありません。気構えるよりも、自由に楽しみながら運用することがポイントです。普通の発言をしている限り、中小企業のアカウントで炎上するような事例はほぼありません。まずは、無料で自社のアカウントを作って、フォローしてくれたユーザと会話することから始めてみてはいかがでしょうか。