2万5,000人以上が参考にするFacebook活用の研究機関



Facebookのマーケティング活用のススメ

~目的・効果的な使い方を事例から考える~

自己紹介

自己紹介

株式会社ガイアックス GaiaXソーシャルメディア ラボ

井出 一誠

- mail : <u>kazuaki.ide@gaiax.com</u>

• twitter: @idekazu

やっていること

- Gaia Xソーシャルメディア ラボ
- Facebookページの立ち上げ支援
- Facebookページ向けのアプリ提供



http://blog.livedoor.jp/gx socialmedia lab/

株式会社ガイアックスって?

ソーシャルメディアの構築・運用をご支援している会社です。

最近力を入れているのは、Facebook周り。

- 立ち上げ支援
- 運用支援(監視、アクティブサポート、投稿代行)
- アプリ提供

- ※ 各種サービス導入実績:500社以上
- ※ 従業員数:256名



http://www.gaiax.co.jp/jp/

本日のセッション

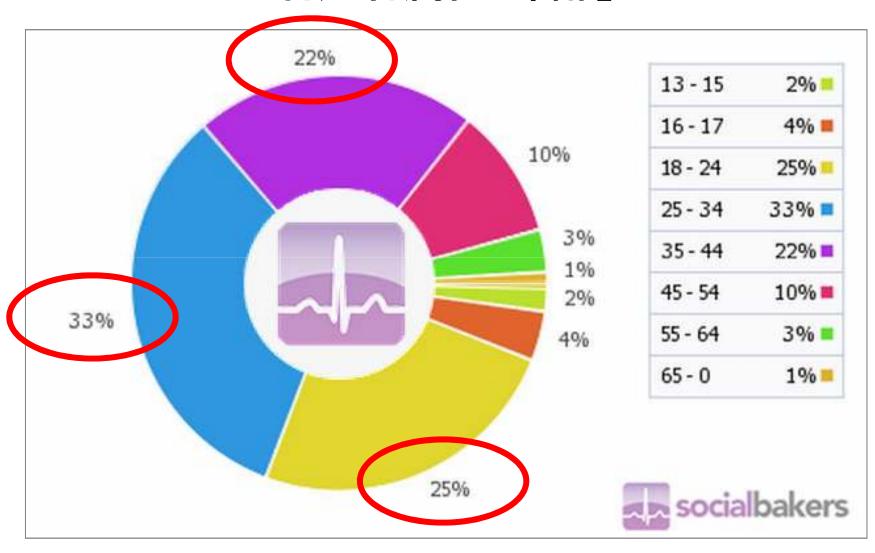
Facebookのマーケティング活用のススメ ~目的・効果的な使い方を事例から考える~

■目次

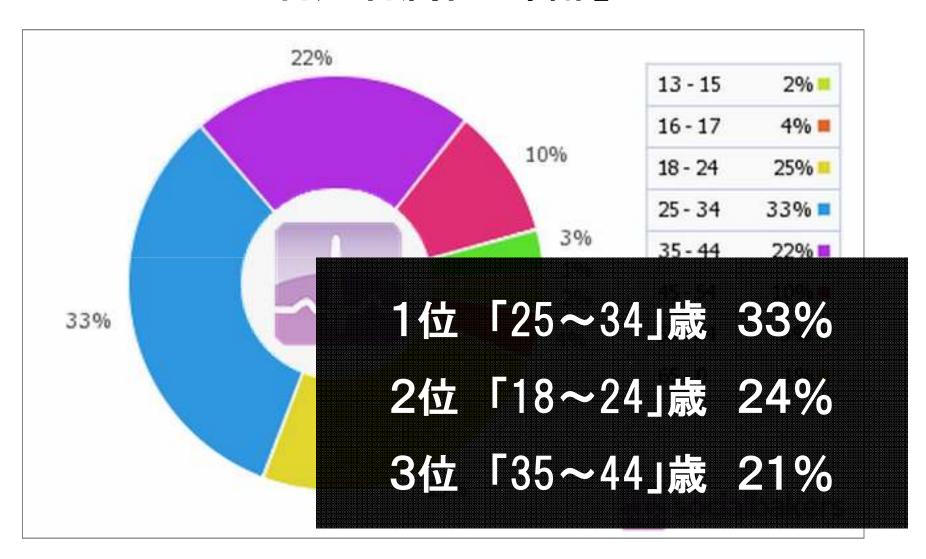
- 1. Facebookの現状
- 2. 企業のFacebook活用の理想的な取り組み
- 3. 運用上で気を付けるポイント

1. Facebookの現状

利用者属性「年齢」



利用者属性「年齢」



余談:年齢ごとの利用者数の調べ方

広告出稿画面から閲覧できます



余談:年齢ごとの利用者数の調べ方

使い方に注意



チェックを入れないと - - - 1,137,080人 - 日本に住んでいる - 40歳以上

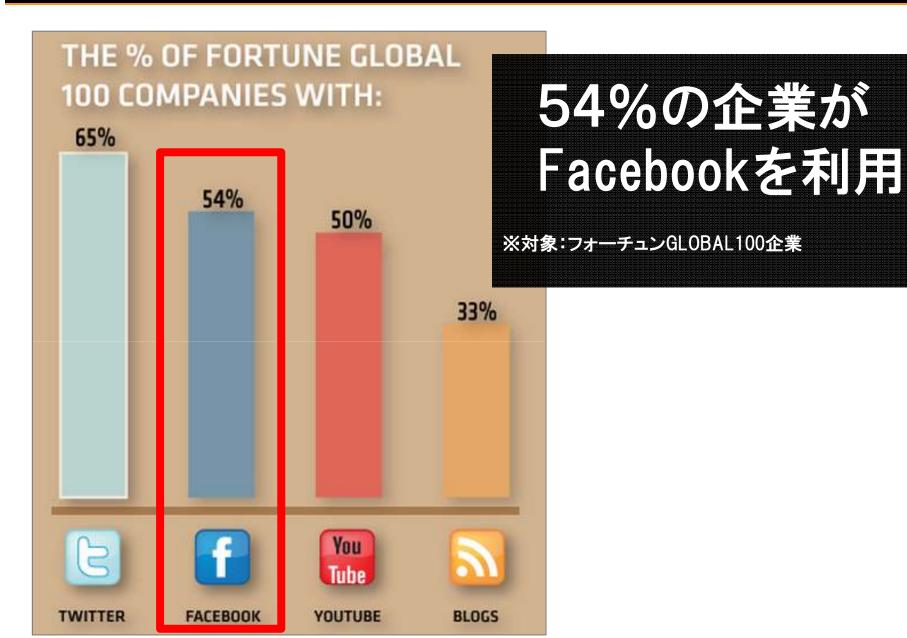
ユーザーだけではなく 企業の利用も進んでいる

世界で









http://www.flowtown.com/blog/how-are-companies-leveraging-social-media

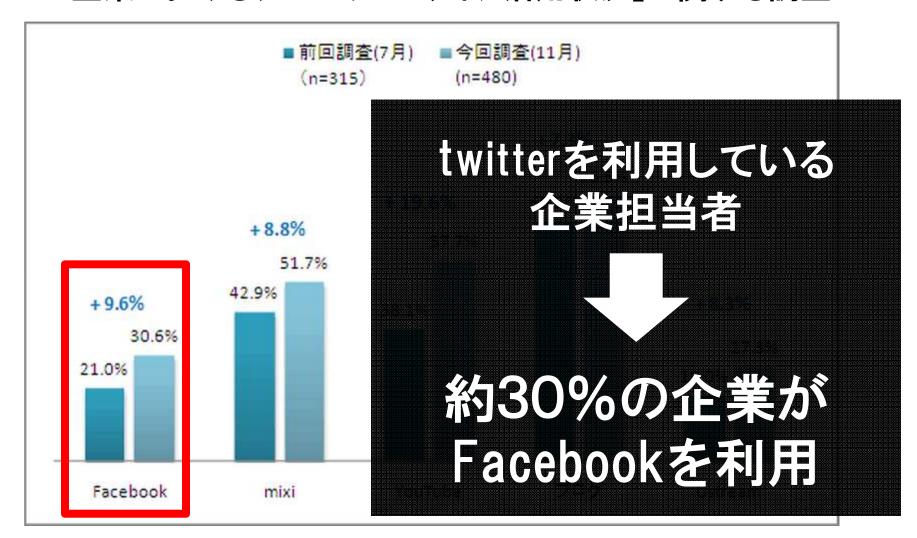
日本で







「企業におけるソーシャルメディア活用状況」に関する調査



http://research.goo.ne.jp/database/data/001278/index.html

NTTレゾナント株式会社、株式会社ループス・コミュニケーションズによる、「企業におけるソーシャルメディア活用状況」に関する調査結果より

ただ、

「これからを立ち上げよう!」

「まだ効果的に使えていない。」

といった方も多いかと思います。

2. 企業のFacebook活用の 理想的な取り組み

枠組み 活用事例

枠組み

活用事例

ご紹介する2つの枠組み

- 企業活用の15個の目的
- Facebook活用の4形態

企業活用の15個の目的

~目的は複数にまたがる~

用途	目的
マーケティング 利用	 1. 傾聴 2. 調査 3. 商品理解 4. ブランディング・認知促進 5. ニーズ喚起 6. ファン化・ファン育成 7. 商品開発 8. 囲い込み・定着化 9. UGC (user generated content) 10. 店舗誘導 11. 集客
サポート利用	12. 採用 13. 顧客サポート 14. 顧客間サポート 15. 社内コミュニケーション

Facebook活用の4形態

1. Facebookページ

Facebook内での 公式コミュニティの開設・運用

2. ソーシャルプラグイン 3. Facebookアプリ

外部サイトでのFacebook連携 (ログイン、「いいね! jetc) Facebook内でアプリを提供 (Facebookページ用、 プロモ単独アプリ etc)

4. Facebook 広告

Facebook広告の出稿 (Facebook広告/ スポンサー記事)

2. ソーシャルプラグイン



Facebookの各種機能とソーシャルグラフを、外部サイトに実装・連携させる方法

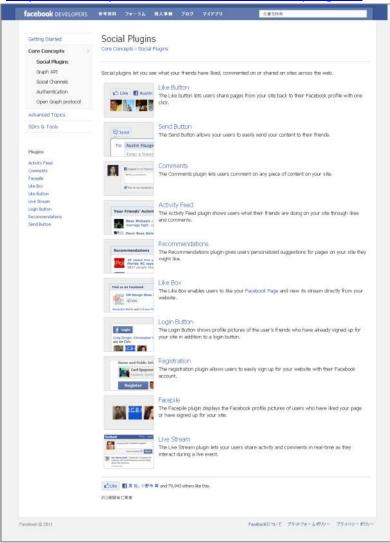






2. ソーシャルプラグイン

http://developers.facebook.com/docs/plugins/



- 1. いいね!ボタン
- 2. 送信ボタン
- 3. コメントプラグイン
- 4. アクティビティフィード
- 5. レコメンデーション
- 6. Likeボックス
- 7. ログインボックス
- 8. レジストレーション
- 9. Facepile
- 10. Liveストリーム
- 11. シェアボタン

「いいね!」「送信」「シェア」

同じ共有でも何が違うの?



そのページに書かれていることに、

「共感」する。「称賛」する。



そのページに書かれていることを、特定の人に「教える」。



そのページに書かれていることを、

不特定多数に「共有」する。

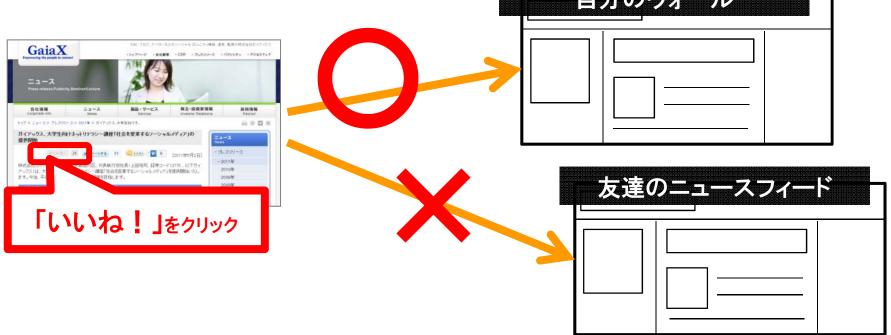
「いいね!」「送信」「シェア」

企業は何を意識すべき?

- 1. 影響範囲
- 2. 表示内容





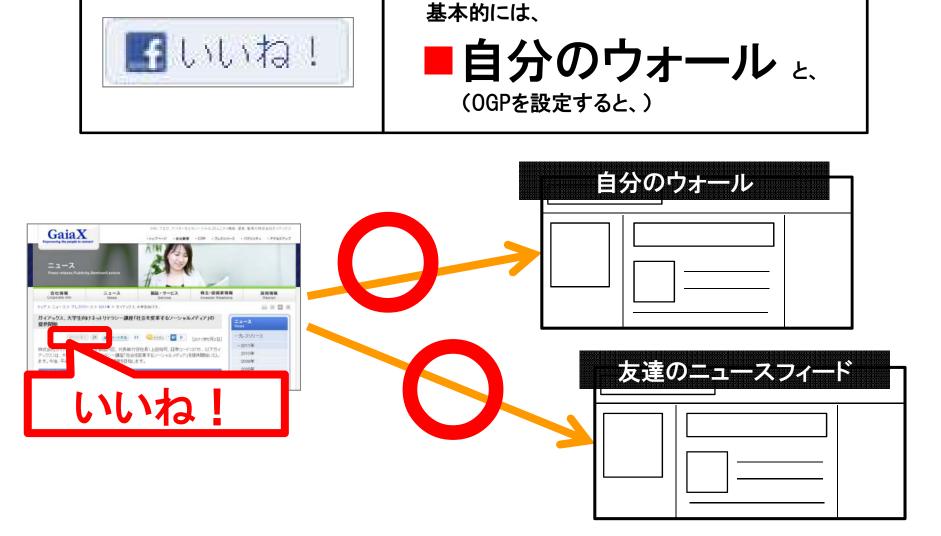




基本的には、

■自分のウォール のみ





「いいね!」と「シェア」の統合



「いいね!」と「シェア」の統合



Facebookは先ごろアップデートをリリースし、「Like」ボタンに「Share」ボタンの機能を追加した。Facebookユーザーがサードパーティーサイトで「Like」(いいね!)ボタンか「Recommed」(なすすめ)ギタンをクリックすると、見出しや宣伝文、サムネイルなどを含む記事がユーザーのウォールに生成される。また、記事にコメントする機能も利用できる。

これまでは、サードパーティーのサイトが「Like with Comment」ボタンを採用していない限り、その記事へのリンクがウォールの「最近のアクティビティ」に表示されるだけだった。現在は、Likeボタン、「Share」(シェア)ボタン、Recommendボタンのすべてで、見出しと宣伝文、サムネイルを含む記事が表示される。

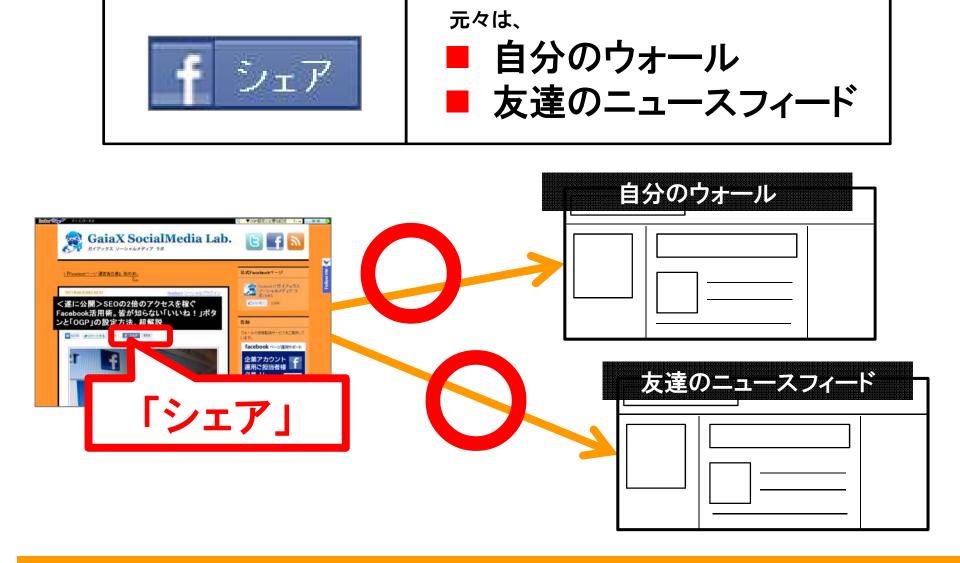


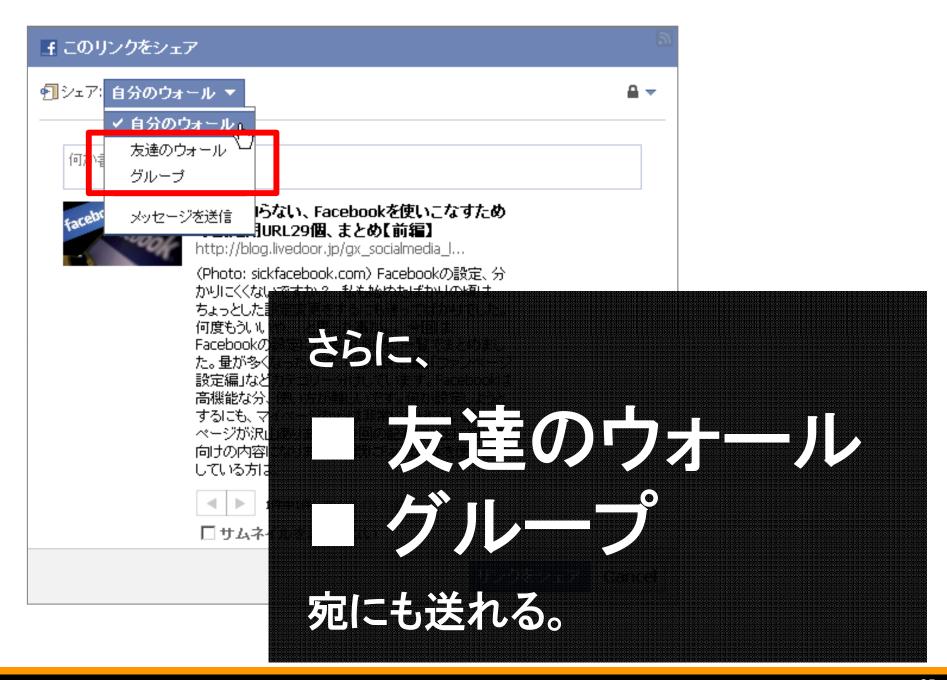


- ■個人
- グループ
- メールアドレス



http://www.tsublog.com/?p=815





2. 表示内容



『Facebookってどれたけ流行っているの?』に答える24個 の数字(米国版)

blog.livedoor.ip

最近よく聞くFacebookって、どれだけ流行っているの? そんな アMashable「Are We Too Obsessed With Facebook?」です。 ここで発表されている数字、皆さんはいくつご存じでしょうか? そ れでは早速ご覧下さいし(インフォグラフィックの下に、参考にな る部分について意訳を書きました。そちらもご参照頂ければと思 います。) ■数字1. (英文) As of 2011, there are 500,000,000 active facebook users, 2011年時点で、Facebookのアクティ



OGPで画像指定

さんがリンクについて「いいね!」と言っています。



『Facebookってどれたけ流行っているの?』に答える24個の数字(米国版) blog.livedoor.jp

最近よく聞くFacebookって、どれだけ流行っているの? そんな疑問に答える数字 が、アメリカで公開されました。出所は米メディアMashable[Are We Too Obsessed With Facebook?」です。 ここで発表されている数字、皆さんはいくつご存じでしょう か?それでは早速ご覧下さい!(インフォグラフィックの下に、参考になる部分につい て意訳を書きました。そちらもご参照頂ければと思います。)■数字1.(英文)As of 2011,there are 500,000,000 active facebook users.2011年時点で、Facebookの アクティ

数秒前・いいね!・コメントする・シェア

「いいね!」「送信」「シェア」

企業は何を意識すべき?

- 1. 影響範囲
- 2. 表示内容

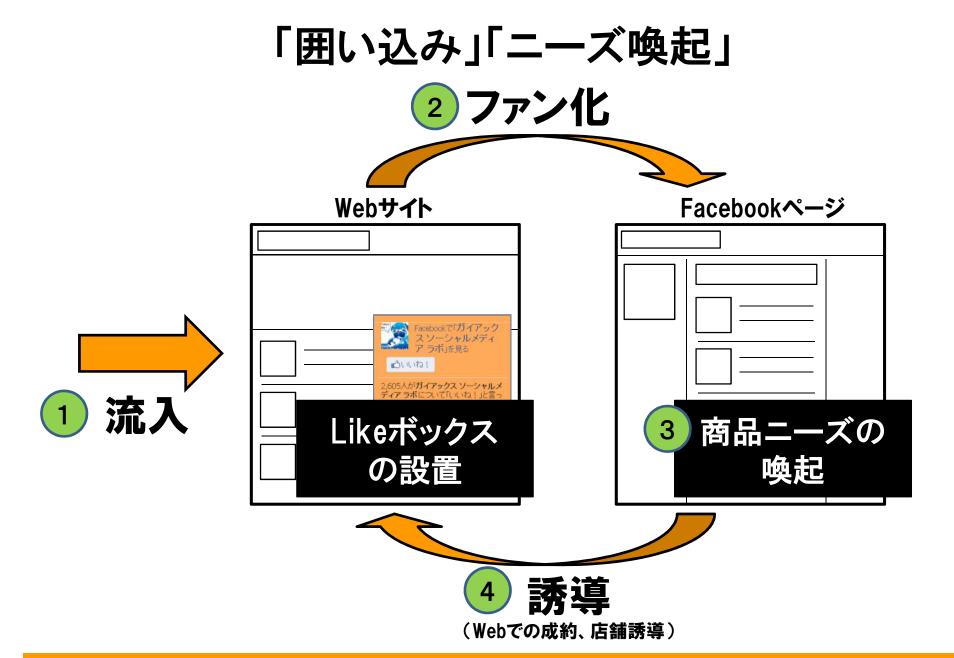


どのように活用するか?

1. Facebookページ

2. ソーシャルプラグイン 3. Facebookアプリ

4. Facebook広告





ポイント1

「双方向」

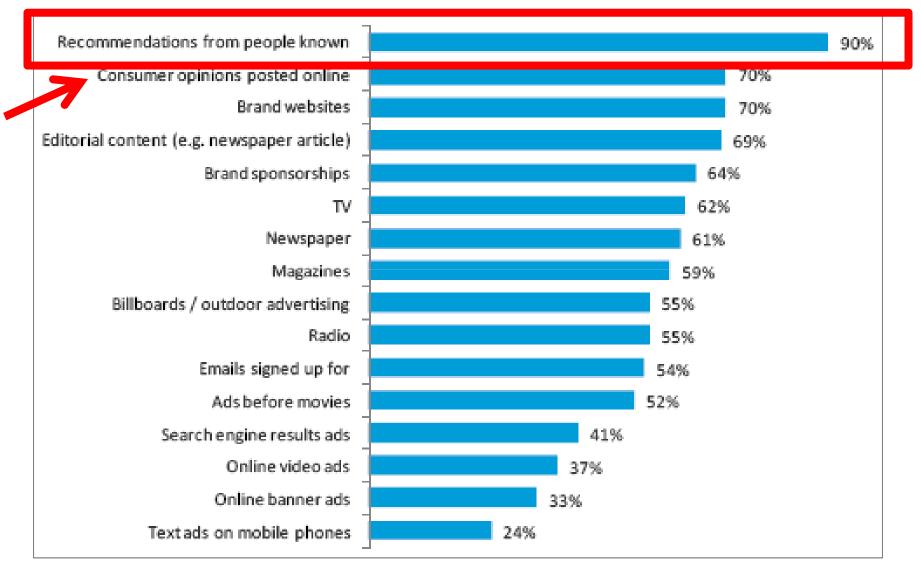
マーケティングは、Facebook単体では成り立たない。

ポイント2

「友達からの紹介」

だからこそ、 その企業への好感度が高まりやすい。

ニールセン、広告形態別の信頼度(2009年4月)



MarkeZine、『世界で最も信頼される広告形態は「知り合いからのおすすめ」「ネットのクチコミ」【ニールセン調査】』より http://markezine.jp/article/detail/7789

本組みる
活用事例

社内や客先で 明日から使えるFacebook活用事例

活用事例1



活用事例2

GaiaX SocialMedia Lab.

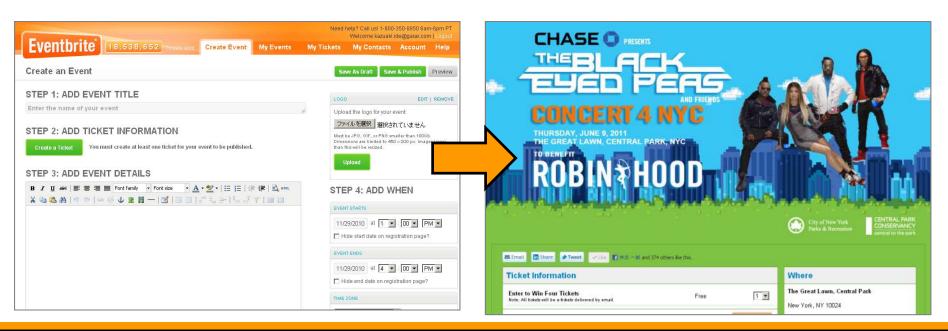
ガイアックス ソーシャルメディア ラボ



Eventbriteって?

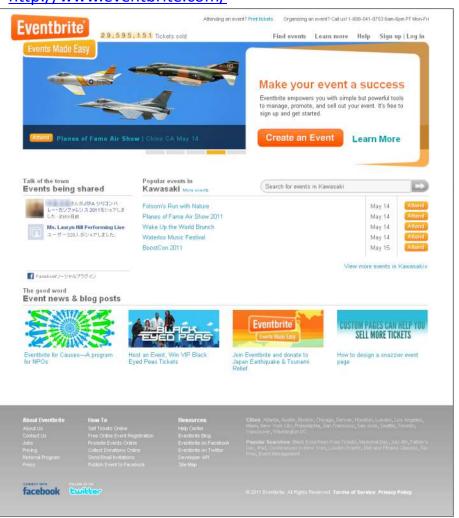
イベントチケットのマーケットプレイス

- 会員登録するとできること
 - a. イベント情報の作成・登録
 - b. イベントチケットの購入



活用事例 1 Eventbrite(イベントブライト)

http://www.eventbrite.com/



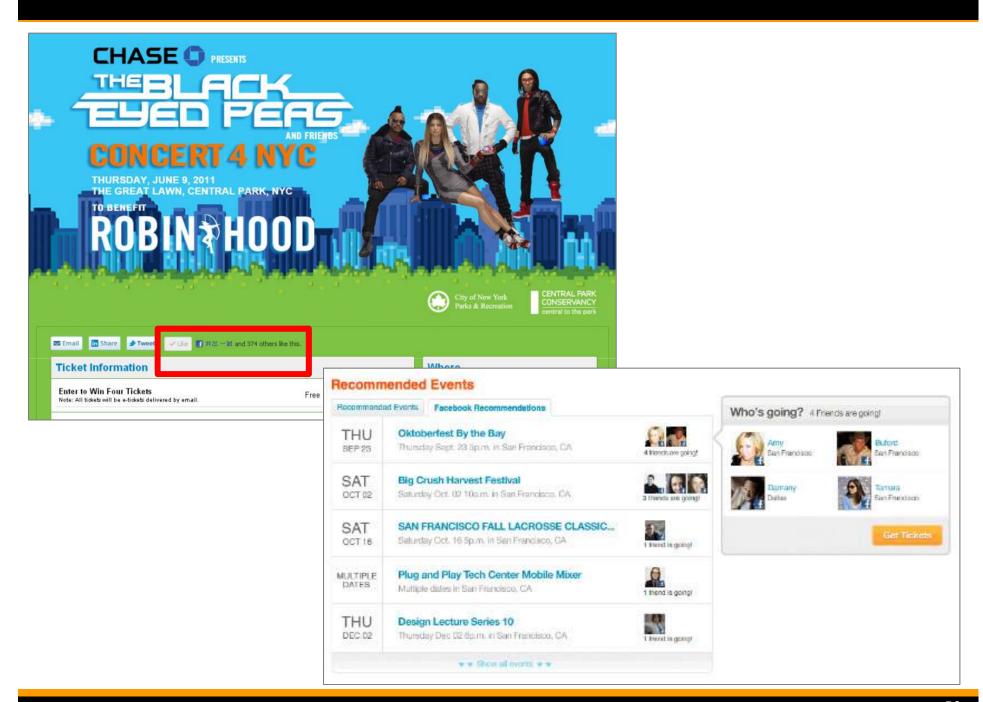
- ご紹介する活用方法
 - 1. Facebookページ
 - 2.ソーシャルプラグイン
- ■目的
 - 集客

Facebook活用方法

[Social Event Discovery]



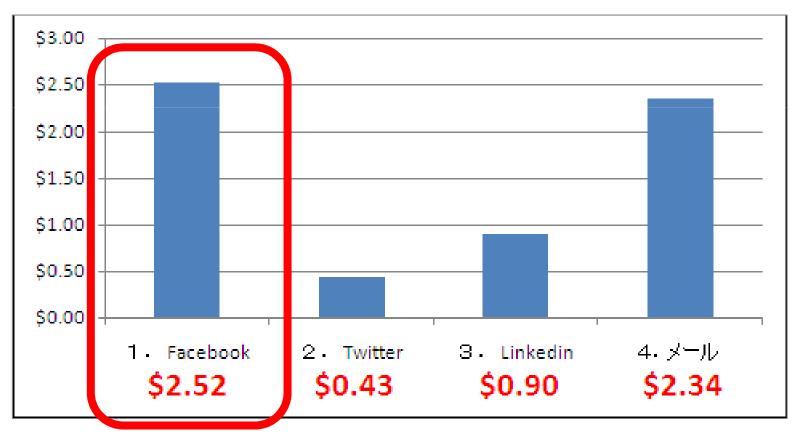
- 1. イベント情報を共有
- 2. イベント情報が拡散
- 3. 友人が参加するイベント 情報が、レコメンドされる



どれくらいの効果があったか?

1共有当たりの価値は2.52ドル

※調査:Eventbrite



どれくらいの効果があったか?

10回共有されると、チケットが1枚売れる

2010年のEventbriteの実績

- 販売チケット数
- 販売額

:750万枚

:2億ドル

■ チケット単価

:約26.5ドル

活用事例 2 GaiaXソーシャルメディア ラボ

http://blog.livedoor.jp/gx_socialmedia_lab/



- ご紹介する活用方法
 - 1. Facebookページ
 - 2.ソーシャルプラグイン
- 目的
 - 囲い込み、定着化
 - 集客
 - ※「ブランディング・認知促進」 ⇒ブログで実現

「仕掛け」

2. ソーシャルプラグイン

- ■シェアボタン
- ■いいね!ボタン
- ■コメントプラグイン
- Likeボックス
- OGPの設定

1. Facebookページ

■ ウォールでの 記事告知







効果の説明

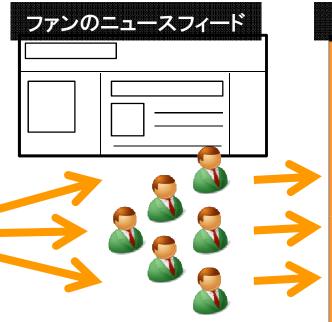
- 1. Facebookページ
- 2. ソーシャルプラグイン

効果の説明

- 1. Facebookページ
- 2. ソーシャルプラグイン

1. Facebookページの「効果」

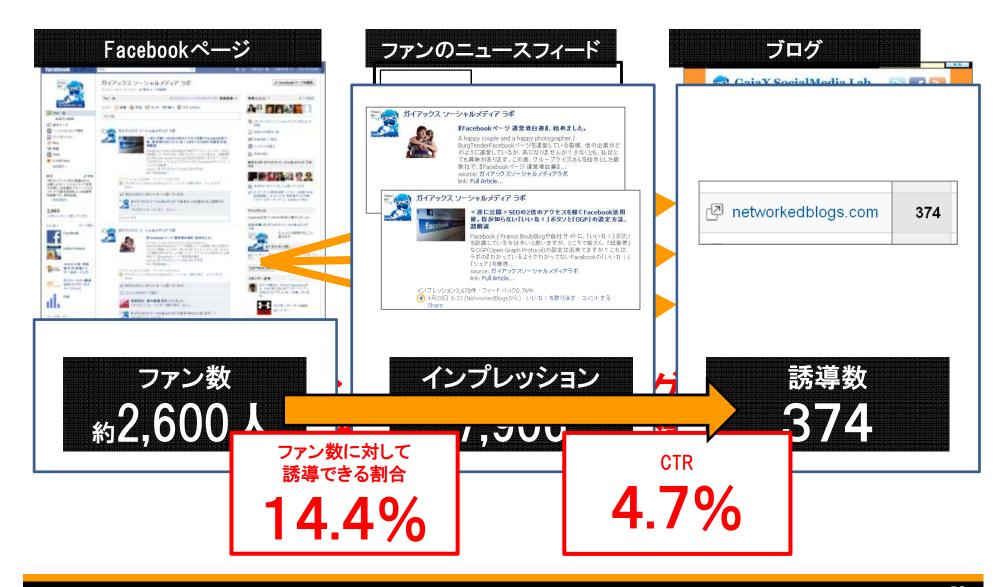






ファンへ 拡散 ブログへ 誘導

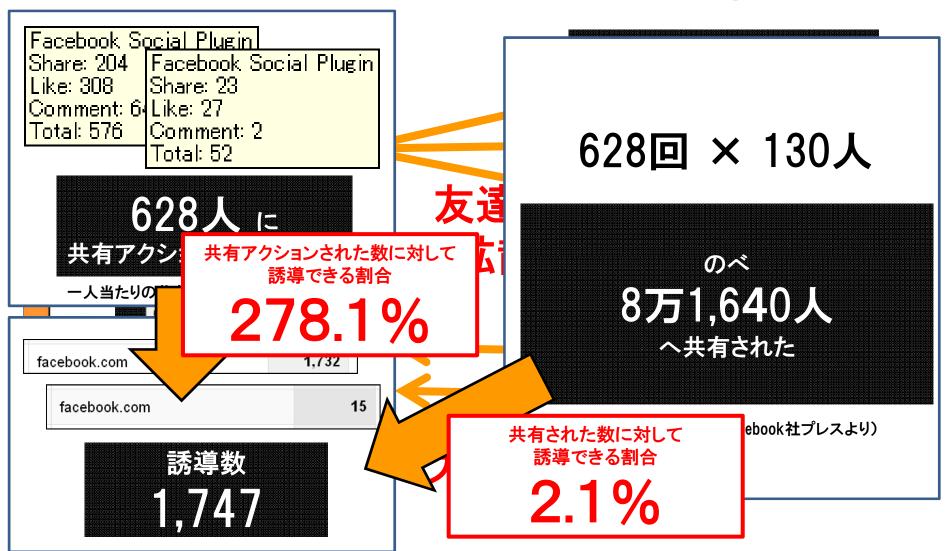
1. Facebookページの「効果」



2つの効果

- 1. Facebookページ
- 2. ソーシャルプラグイン

2. ソーシャルプラグインの「効果」



「効果」まとめ

■ 1. Facebookページ

■ 表示回数に対して、誘導できる割合(CTR): 4.7%

■ ファン数に対して、誘導できる割合 : 14.4%

■ 2. ソーシャルプラグイン

共有された数に対して、誘導できる割合 : 2.1%

共有アクションされた数に対して、誘導できる割合 : 278.1%

3. 運用上で気を付けるポイント

パソコンに興味がある人

刈り取りを急がない

認知を獲得する

接点を確保する

良さを理解する

ファンになる

購入機会ができる



比較検討

購入

パソコンに興味がある人

刈り取りを急がない

認知を獲得する

接点を確保する

良さを理解する

ファンになる

購入機会ができる

日々のコミュニケーションを通じマインドシェアを上げ、

第一想起率を上げる

比較検討 購入

Facebookのマーケティング活用のススメ ~目的・効果的な使い方を事例から考える~

■目次

- 1. Facebookの現状
- 2. 企業のFacebook活用の理想的な取り組み
- 3. 運用上で気を付けるポイント

最後にご案内

ご案内

■ Facebook関連の書籍執筆

6月14日(火)発売予定 『facebook 知りたいことが ズバッとわかる本』



7月11日(月)発売予定 『Facebookページ プロフェッショナルガイド』

Coming soon

ご案内

Facebookページ(ウォール)の投稿監視サービス



お問い合わせは、 こちらからお願いします



WEBからのお問い合わせ

http://solution.gaiax.co.jp/observe/lp/observe facebook.html

お電話からのお問い合わせ

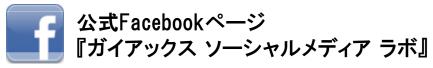
0120-5464-77

ご清聴 ありがとうございました





http://blog.livedoor.jp/gx socialmedia lab/



http://www.facebook.com/socialmedia.gaiax



@GX SocialMedia