

カンバセーショナルマーケティング

～Twitter実践編～

2010年4月

アジャイルメディア・ネットワーク株式会社



Twitter実践編の目次です。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

- 日本と米国のTwitterの現状分析
- マーケティングにおけるTwitterの可能性

昨年から日本でもTwitterはおおいに話題になりましたが
実際、現在はどういうステージにあるのでしょうか？



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

twitter

[ホーム](#) [プロフィール](#) [友だちを検索](#) [設定](#) [ヘルプ](#) [ログアウト](#)

なんか、ツイッターっちゅうのが流行ってる
らしいから、うちの会社も取り組め。



約2時間前 webから

[返信](#) [リツイート](#)



kowai_syatyo

怖い社長

Twitterは昨年一気にユーザー数を伸ばし、
今年1億ユーザーを突破したと言われています。



tokuriki

616

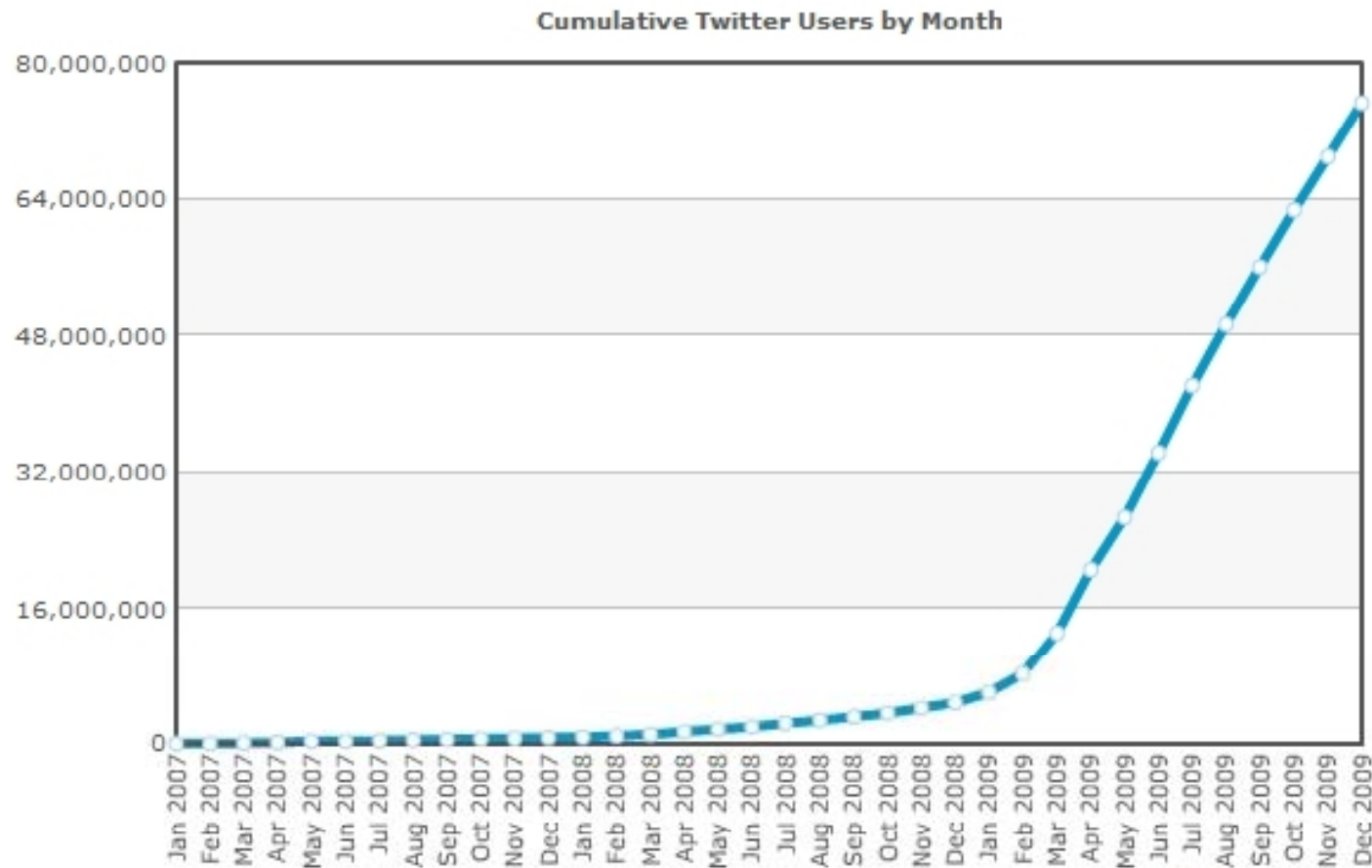
following

213,039

followers

1,072

listed



<http://themetricsystem.rjmetrics.com/2010/01/26/new-data-on-twitters-users-and-engagement/#> Analytics By **RJMetrics**

Twitterのユーザーの増加ペースも、昨年春ごろから安定して高い数値を維持しているようです。



tokuriki

616

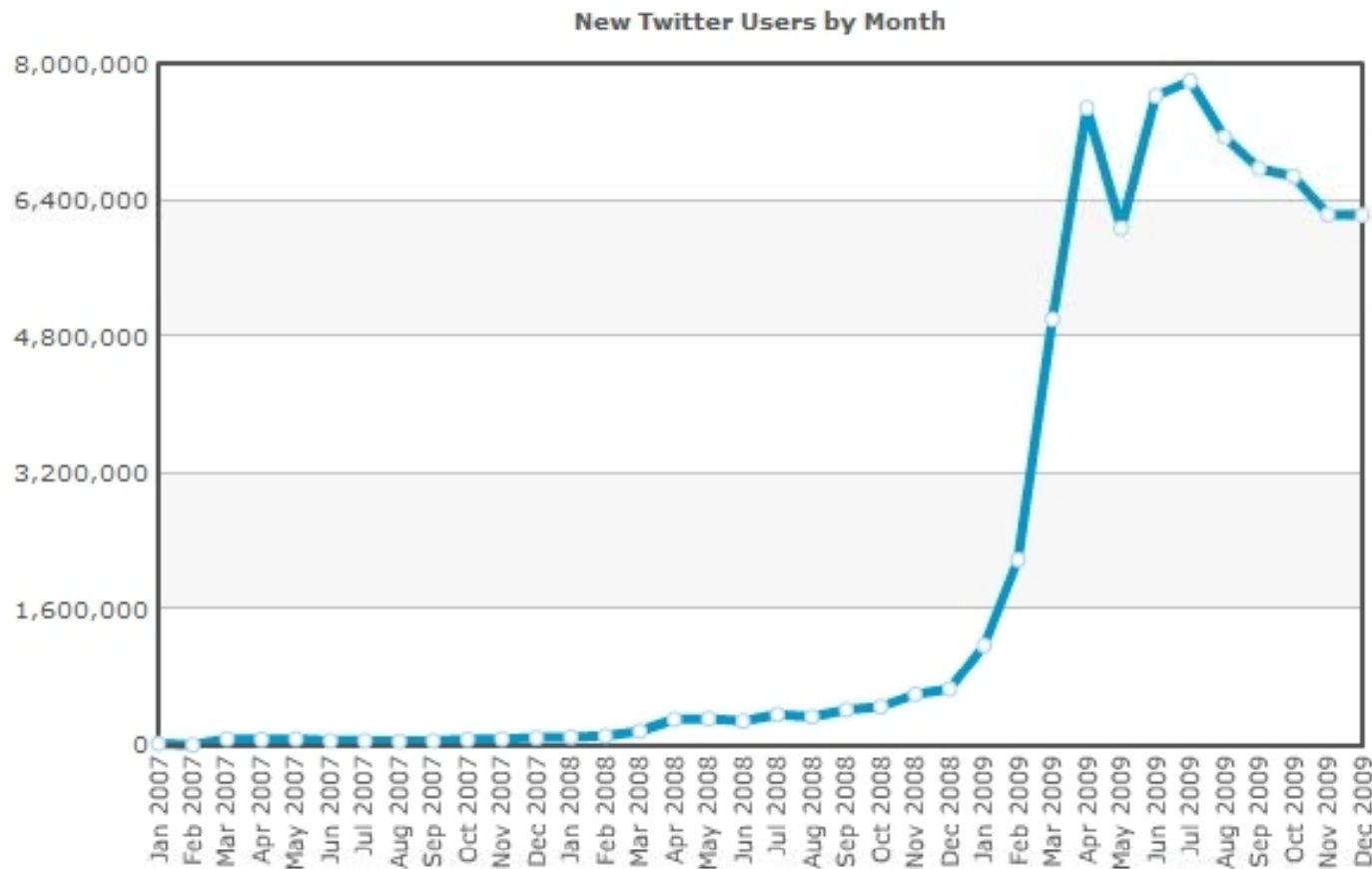
following

213,039

followers

1,072

listed



Analytics By RJMetrics

<http://themetricsystem.rjmetrics.com/2010/01/26/new-data-on-twitters-users-and-engagement/#>

Googleトレンドで見ても、アメリカでは2009年前半をピークに、その後もある程度話題を保っているようです。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

この尺度は全期間にUnited States (アメリカ合衆国)で「twitter」が検索されたトラフィック平均に基づいています。[詳細 \(英語\)](#)

twitter

1.00



日本ではアメリカの話題に引きずられるように、2009年夏頃から話題が盛り上がってきています。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

この尺度は全期間にJapan (日本)で「twitter」が検索されたトラフィック平均に基づいています。[詳細 \(英語\)](#)

twitter

1.00

ツイッター

0.20



アメリカでは、「Twitter」は「blog」と同程度の検索がGoogle上で行われているようです。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

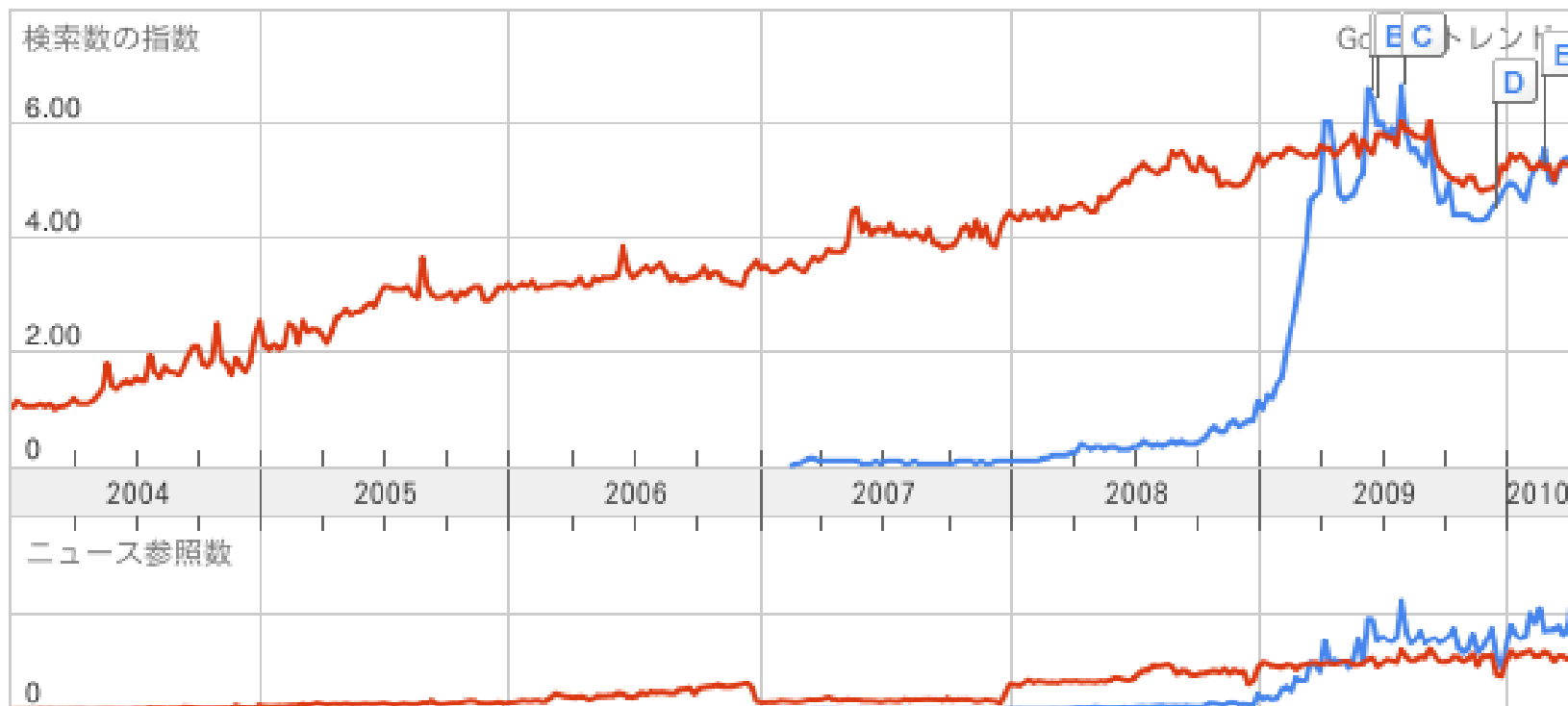
この尺度は全期間にUnited States (アメリカ合衆国)で「twitter」が検索されたトラフィック平均に基づいています。[詳細 \(英語\)](#)

twitter

1.00

blog

3.70



日本での「Twitter」や「ツイッター」の検索数は
「ブログ」や「mixi」と比べるとまだ少ないようです。



tokuriki

616

following

213,039

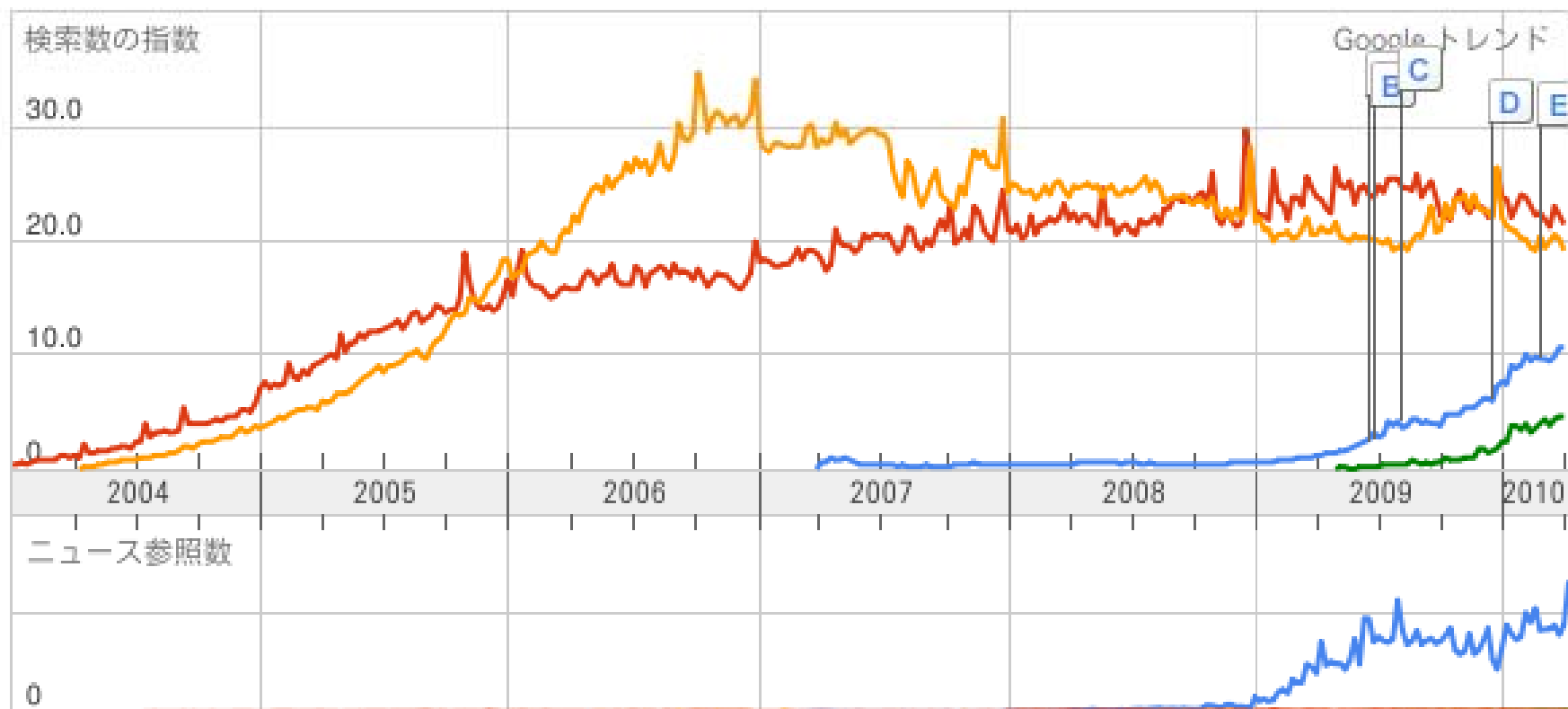
followers

1,072

listed

この尺度は全期間にJapan (日本)で「[twitter](#)」が検索されたトラフィック平均に基づいています。[詳細 \(英語\)](#)

twitter 1.00 ブログ 18.4 mixi 18.2 ツイッター 0.20



SemioCastの調査では、すでに日本語は英語について2位になっているというデータもあり、今後が注目です。



tokuriki

616

following

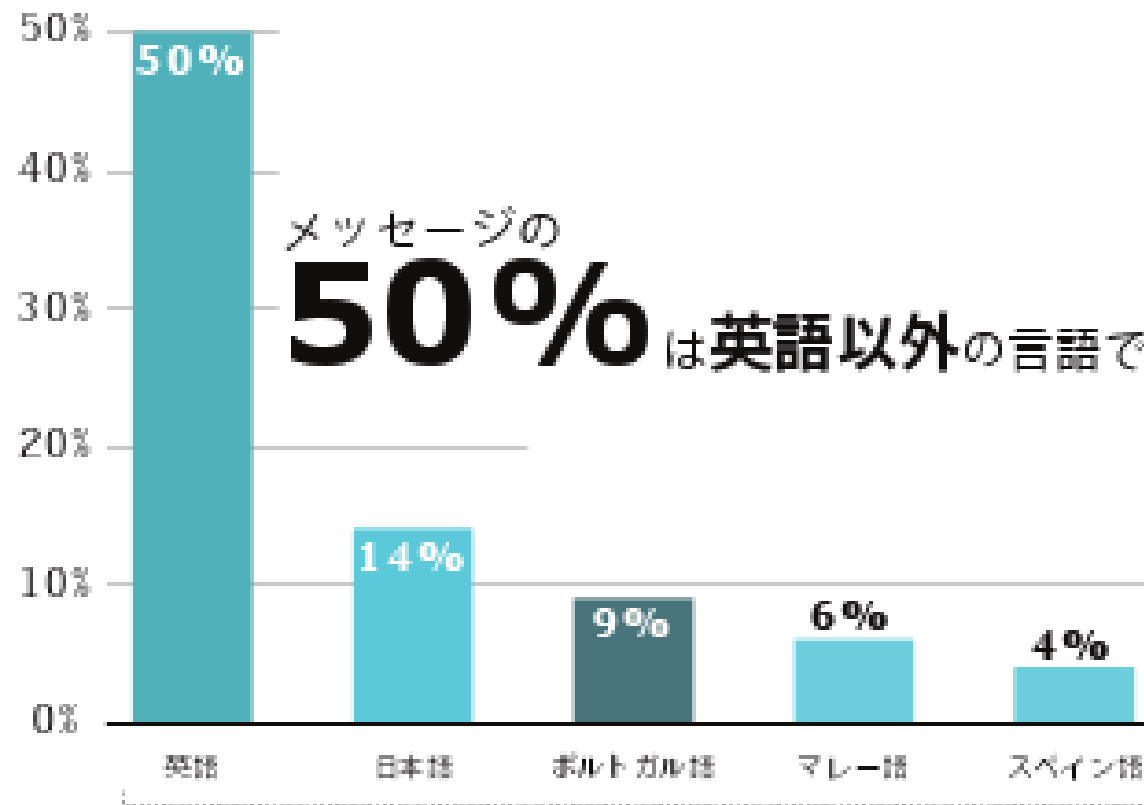
213,039

followers

1,072

listed

Twitterで使用されている言語



Twitter実践編の目次です。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

- 日本と米国のTwitterの現状分析
- マーケティングにおけるTwitterの可能性

米国でDellがTwitter経由で650万ドル（約6.5億円）を 売り上げるなどマーケティング活用が注目されています。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

Home > News > Webware



December 8, 2009 3:37 PM PST

Dell earns \$6.5 million, thanks to Twitter

by Don Reisinger



Font size



Print



E-mail



Share

276

retweet

Share

5

Those who say that Twitter is nothing more than a place where people share inconsequential experiences in their lives might want to listen up. Dell **told Bloomberg** on Tuesday that it has earned an estimated \$6.5 million in sales of PCs, accessories, and software, thanks to promotions on Twitter.

Dell's vice president for the company's online unit, Manish Mehta, told Bloomberg that over the past three months alone, the number of people who have started following Dell's tweets has risen 23 percent. The company's **DellOutlet** account, which is home to most of the vendor's sales announcements, currently has almost 1.5 million followers. But unlike some companies, Dell has made Twitter an integral part of its operation. Bloomberg reported that "more than 100 employees send out the tweets" to customers.

"It's a very vibrant channel for us and it's growing aggressively," Mehta told Bloomberg, referring to Twitter. "It's not just our reach and growth that has progressed, it's that it's happening globally."



ただし
日本と米国の、現在の利用者数の違いには注意が必要です



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed



DellOutlet

156万フォロワー



DellConsumer_JP

1万フォロワー



Starbucks

84万フォロワー



mos_burger

5万フォロワー



BarackObama

369万フォロワー



hatoyamayukio

50万フォロワー



britneyspears

473万フォロワー



kohmi

29万フォロワー

また、ツイッターはマーケティングの場ではなく
利用者同士の「会話」の場であることに注意して下さい。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

マスマーケティング

- 不特定多数の視聴者や読者にリーチすることが容易
- 短期間での認知向上を得意とする
- メッセージのコントロールが可能
- 視聴者や読者は受身なので宣伝に対しても比較的寛容

ツイッター

- 不特定多数の利用者にリーチすることは比較的苦手
- 短期間での認知向上は不得意
- 会話のコントロールは不可能
- 利用者にとっては会話の場土足の宣伝が炎上するケースも

現在の日本においては、Twitterのマーケティング活用は3パターンで検討するべきだと考えられます。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

1. Twitterコミュニティの声に耳を傾ける
2. Twitterコミュニティに話しかける
3. Twitterコミュニティを巻き込み活性化させる

※参考：書籍「グランズウェル」の5つの戦略



まずもっとも重要なのは、Twitter上でどんな会話が
されているのかに耳をかたむけることです。



検索経由でTwitter上の会話を把握することで

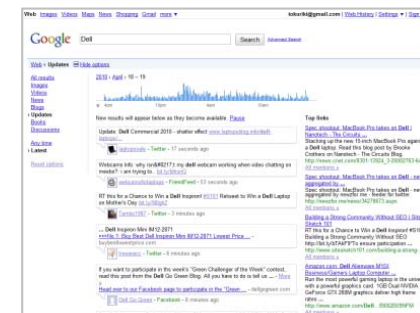
- 商品やサービスについての
フィードバック把握が可能
- 直接的にトラブルをサポートすることも可能
- 自社のファンやエヴァンジェリストを把握することも可能



<http://search.twitter.com/>



<http://hootsuite.com/>



Google Realtime Search 16

企業が公式アカウントを作る際にも、
作り方に5つの選択肢があります。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

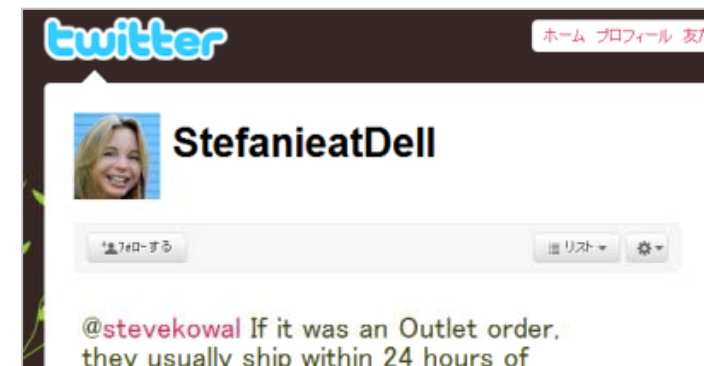
1.企業アカウント（担当者名非開示）

2.企業アカウント（担当者名開示）

3.企業名＋個人名アカウント

4.企業関連キャラアカウント

5.個人名アカウント（企業名開示）



公式アカウントの運用ポリシーにも
様々な選択肢があります。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

手動配信
(業務のみ)

手動
一斉配信型

パッシブ
サポート型

アクティブ
サポート型

手動配信
(雑談込)

手動
雑談型

パッシブ
雑談型

アクティブ
雑談型

自動配信

自動
一斉配信型

自動
パッシブ
返信型

自動
アクティブ
送信型

通常の発信

+ リプライへ返信する

+ 検索して話しかける

基本的には、下記の順番で難易度が上がります。
難しいからといって最適とは限らない点に注意して下さい



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

- 1.自動一斉配信型
- 2.手動一斉配信型
- 3.手動雑談型
- 4.パッシブサポート型
- 5.パッシブ雑談型
- 6.アクティブサポート型
- 7.アクティブ雑談型
- 8.自動パッシブ返信型
- 9.自動アクティブ送信型

twitterは数あるソーシャルメディアの一つであり、他のツールと組み合わせることで、より効果が上がりえます。



tokuriki

616

following

213,039

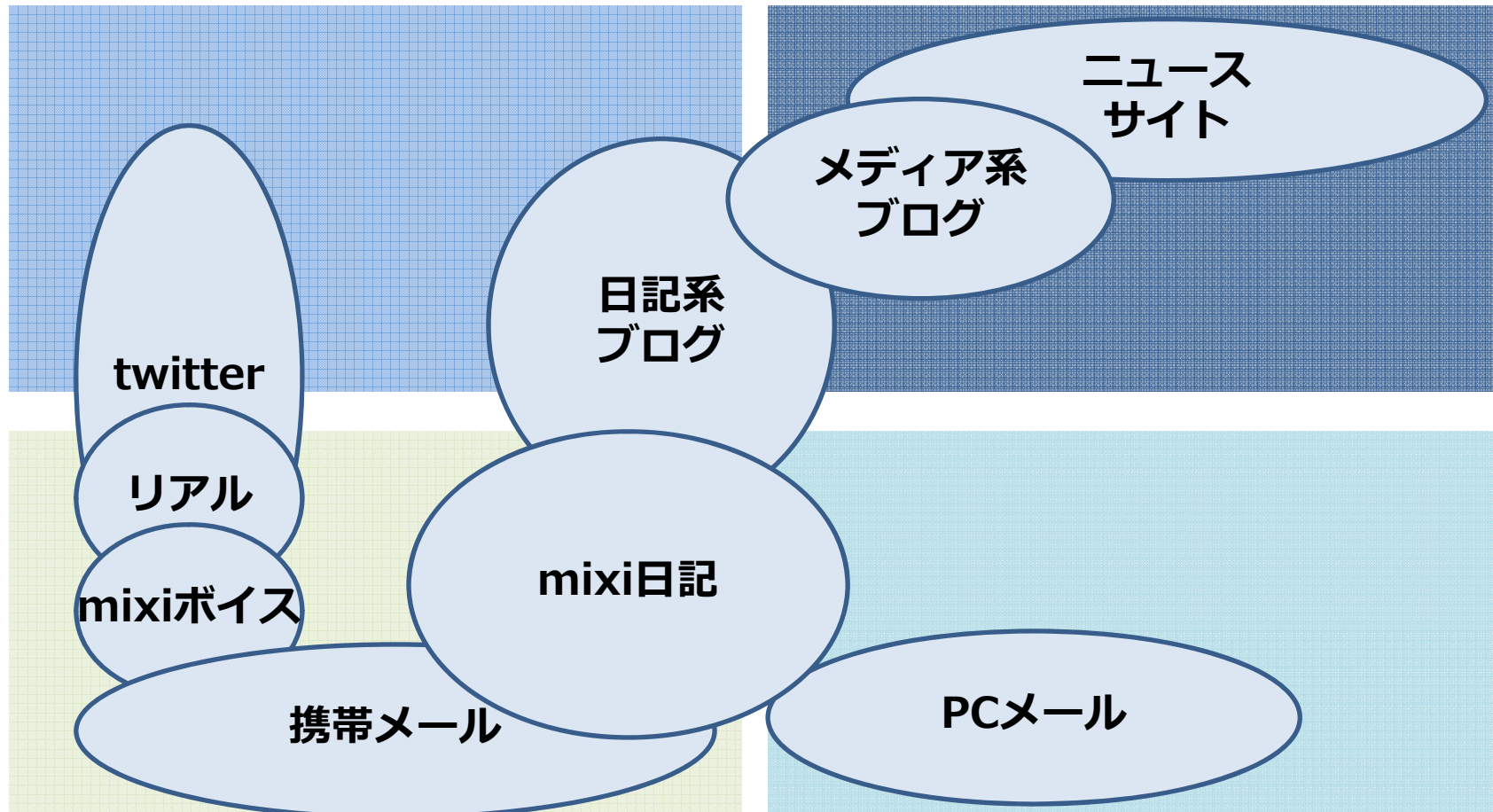
followers

1,072

listed

多数への情報発信

少数の会話



リアルタイム（主にモバイル）

編集が必要（主にPC）

例えばTwitterとブログには、各々メリット・デメリットがあり、マーケティングにおいて役割分担が考えられます。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

Twitter

【メリット】

- ・リアルタイム性が高い
- ・利用者のリアクションが早い
- ・閲覧場所も比較的選ばない

【デメリット】

- ・アーカイブとしての価値が薄い
- ・検索結果に表示されにくく、表示されても検索者から見ると一発言では意味が薄い

ブログ

【メリット】

- ・アーカイブとして再活用できる
- ・検索エンジンの検索結果に表示されやすく、検索者に影響を与えることがある
- ・細かい内容を伝えることが可能

【デメリット】

- ・リアルタイム性に劣る
- ・利用者のリアクションが遅い

実際Twitterと、サイトやブログを組み合わせることで、
露出増加効果と詳細な説明の組み合わせが可能になります



公式ツイッターアカウント



公式ウェブサイト



公式ブログ



ブログの記事と、つぶやきまとめを並列で見せれば詳細なレビューとボリュームの可視化を両立することができます



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

■ ブログまとめページ



■ つぶやきまとめページ



数を増やすのは難しいが、製品の特徴やポイントは伝わりやすい

主に一言の感想だが、数が多くなるため盛り上がり度合いを表現しやすい

慣れたら、ただ話しかけるだけでなく、Twitter利用者が楽しみ、参加してくれる企画も考えてみましょう。



■ 参加型企画にTwitterを組み合わせる

- Twitterアンケート
- Twitterクイズ
- Twitter大喜利
- Twitter投票企画
- Twitterチャリティ
- Twitterコンテスト 等々



■ botを活用した企画例

- @TSUTAYA クイズ
- 東急ハンズ コレカモネット
- ローソンクルー あきこちゃん
- 花王 ヘルシアウォーク



メールと同様、Twitterアカウントをもっていなければ、Twitter上の会話に参加できません。一度使ってみましょう



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

STEP1 まずはTwitter検索で、Twitter上の会話に耳を傾けてみる

STEP2 担当者が個人のアカウントを作ってTwitterの仕組みに慣れる

STEP3 公式アカウントの開設を検討して、Twitter上への情報提供を開始する

STEP4 他のTwitter利用者とTwitter上でサポートやお礼などの対話をする

STEP5 Twitterを組み合わせたキャンペーンに取り組む

よくある質問



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

- フォロワーはどうやって増やせばいいか？
- 効果測定はどのように行えばいいか？
- 運営体制はどのようにすれば良いか？

ツイッターは、メディアではなく会話の場です。
会話の方法に正解がないのと同様、ツイッターにも唯一の
正解はありません。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

子供に、クラスの人気者になりたい、
と言われたら、あなたならどう答えますか？

ツイッターのフォロワー数は、
基本的に企業の知名度やファンの多さとシンクロします。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed



mos_burger

5万フォロワー



UNIQLO_JP

4万フォロワー



muji_net

2.6万フォロワー



akiko_lawson

2万フォロワー



KATOKIchioltd

1.8万フォロワー



famima_now

1.3万フォロワー

■ フォロワーを増やす方法

- ・役に立つ情報を発信する
- ・他の利用者に話しかける
- ・既存顧客に紹介する
- ・公式サイトやブログで紹介する
- ・チラシや広告等で紹介する
- ・注目されるようなコンテストやキャンペーンを行う

Twitterの効果測定も、複数の視点が考えられますが、効果が出るまでには時間がかかることを覚悟すべきです。



tokuriki

616

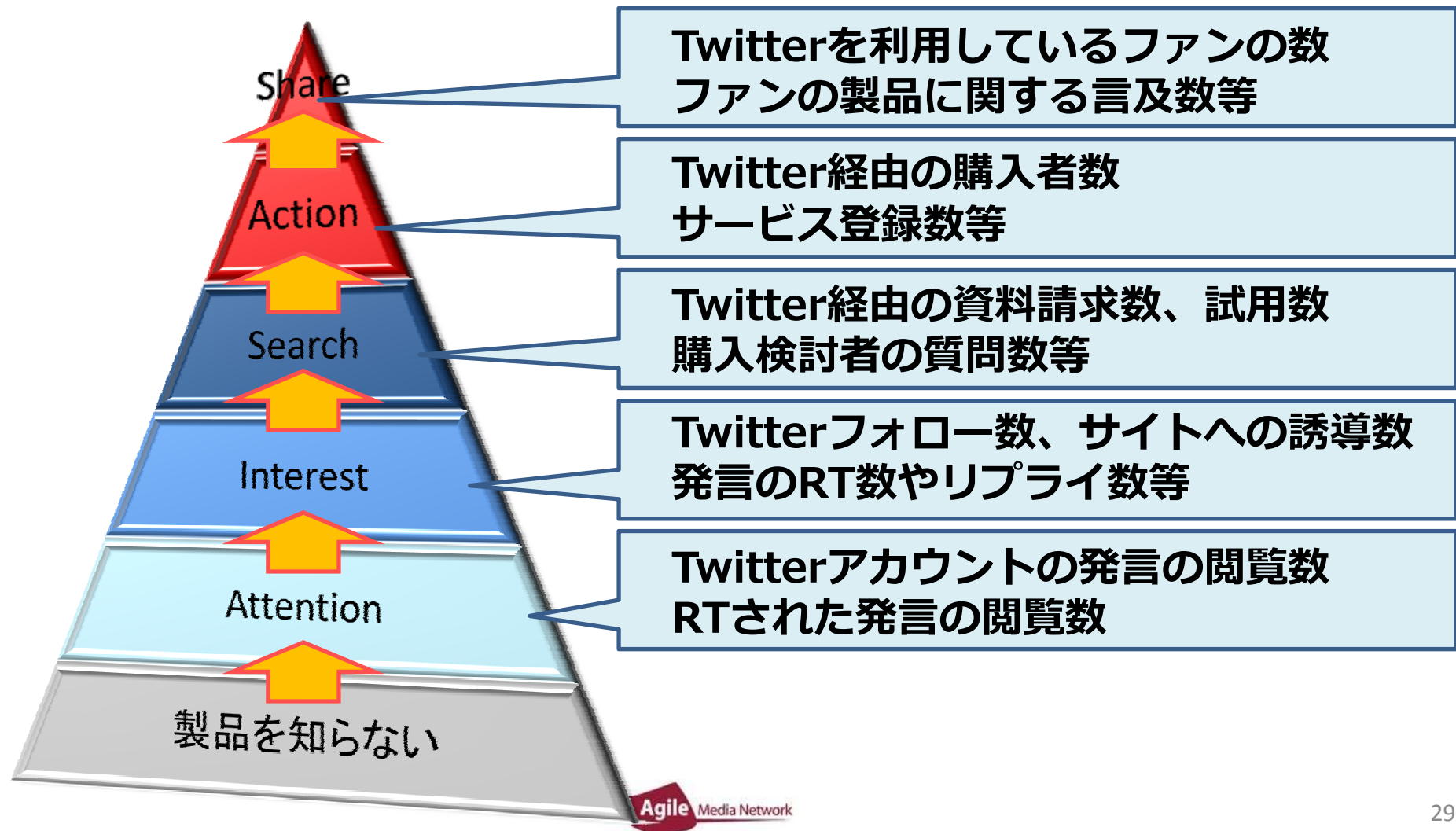
following

213,039

followers

1,072

listed



活用方法の形態に応じた体制づくりも重要です。
ただ、必要に応じて組織や体制を見直すことも重要です。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

自然発生型



一極集中型



ハブアンドスポーク型



マルチハブアンドスポーク型



全体活用型



ツイッターを、宣伝の場ではなく会話の場と捉えて下さい



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

ツイッターを、メディアではなく
会話の手段と考えればすべてはシンプルです。

ご不明な点がございましたら遠慮なくお問い合わせ下さい。



tokuriki

616

following

213,039

followers

1,072

listed

アジャイルメディア・ネットワーク 徳力基彦

tokuriki@agilemedia.jp

ウェブサイト

<http://agilemedia.jp/>

<http://twitter.com/tokuriki>

