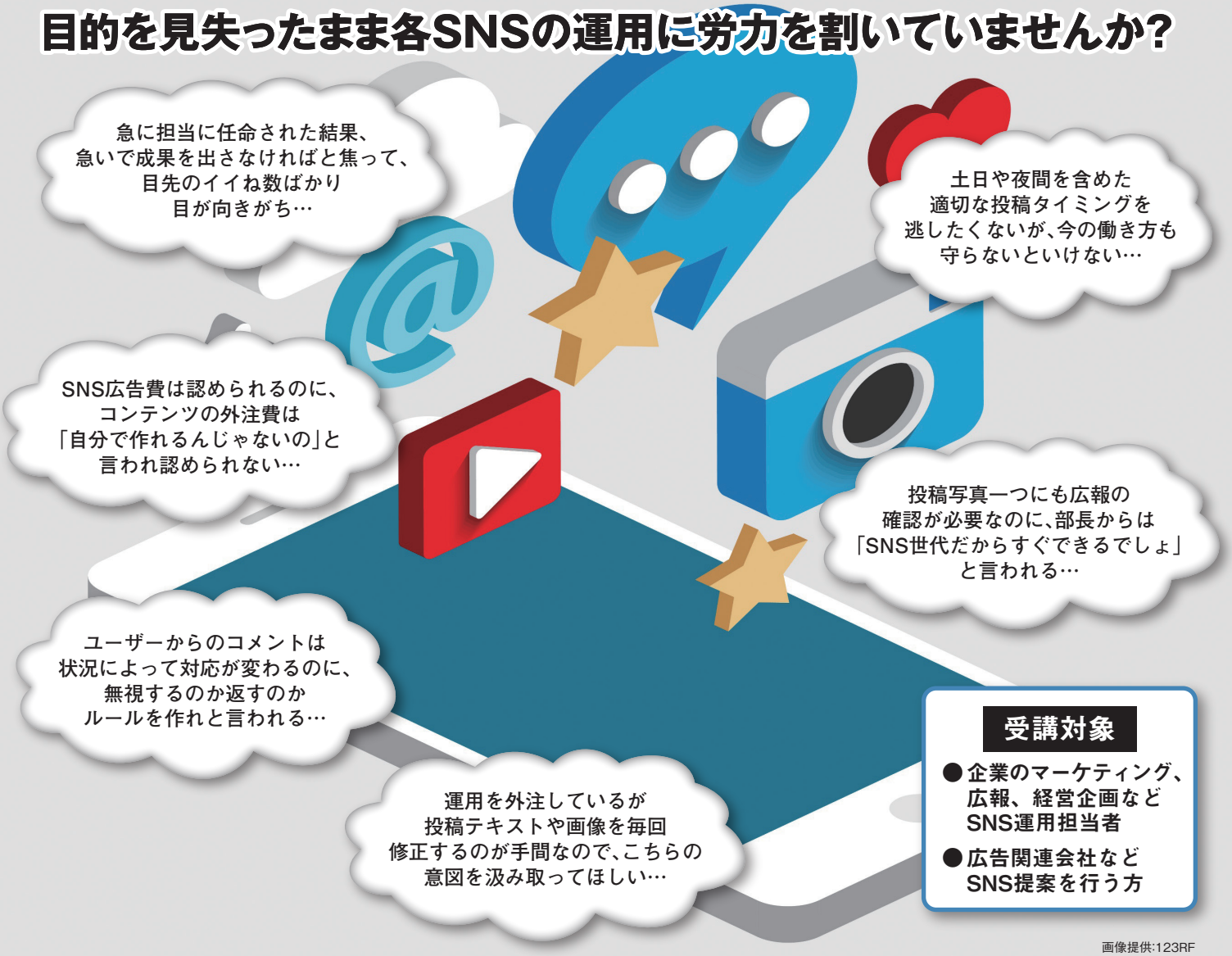
Twitter　Instagram　Facebook　YouTube　運用担当者向け

SNSが乱立する時代に効率的な運用で成果を出し続けるための

# SNSコンテンツディレクション講座

## 【オンデマンド配信】申込後7日間 終日視聴可能

### 目的を見失ったまま各SNSの運用に労力を割いていませんか？




**受講対象**

- 企業のマーケティング、広報、経営企画などSNS運用担当者
- 広告関連会社などSNS提案を行う方

画像提供:123RF

**活用の是非を含めた各SNSの目的やKPI設定を整理し
それぞれの媒体に最適な運用体制のつくり方を学ぶ。**

Marketing & Creativity
宣伝会議

# 何か変えなければならないと思いつつもきっかけが見つからず投稿の内容や運用体制がマンネリになっていませんか?

## 投稿する事が目的になってしまいがちなSNS運用

企業の大小に関わらず、自社の顔としてwebサイトを開設しているように、多くの企業が公式SNSを運用しています。無料で運用ができ、新商品のプロモーション、イベントへの集客、顧客サポートや人材採用まで広く活用できるSNSは、いまや企業活動のインフラと言えるでしょう。しかし、手軽にアカウント開設が出来る反面、その運用に悩んでいる担当者は多いものです。既存アカウントを引き継いだ新任担当者は、成果が出ていなければ、目的に立ち返って運用を見直す必要があります。新たにアカウントを立ち上げた担当者も、とにかく継続して投稿を続ける事に、まずは目が向きがちになってしまいます。

## 作業の効率化で成果の出る運用体制を作る

多くの担当者は、惰性でSNSの運用を行うのではなく、目的を持った運用を行っていきたいと考えているはずです。しかし、日々のコンテンツ作成・投稿に忙殺され、KPIの設定やそもそものSNS運用目的すら時間をかけて考える事ができない状況にあります。さらに、その悩みを共有できる人材や解決できるノウハウも社内には多くありません。継続して成果を出すためには、目の前の作業を効率化し、コンテンツ企画など、よりクリエイティブな部分に工数を割く必要があります。そこで宣伝会議では、成果を出し続けるSNS運用のために、コンテンツや運用体制、外部パートナー会社の活用方法を学ぶ「SNSコンテンツディレクション講座」を開催します。

## 講座のポイント

### Point 1

#### 目的とKPIの再整理

何を目的に、どんな媒体を運用するかは、作成するコンテンツの根幹にかかわります。SNS活用の目的を整理したうえで各媒体との親和性を考えます。

### Point 2

#### 運用体制とルールの構築

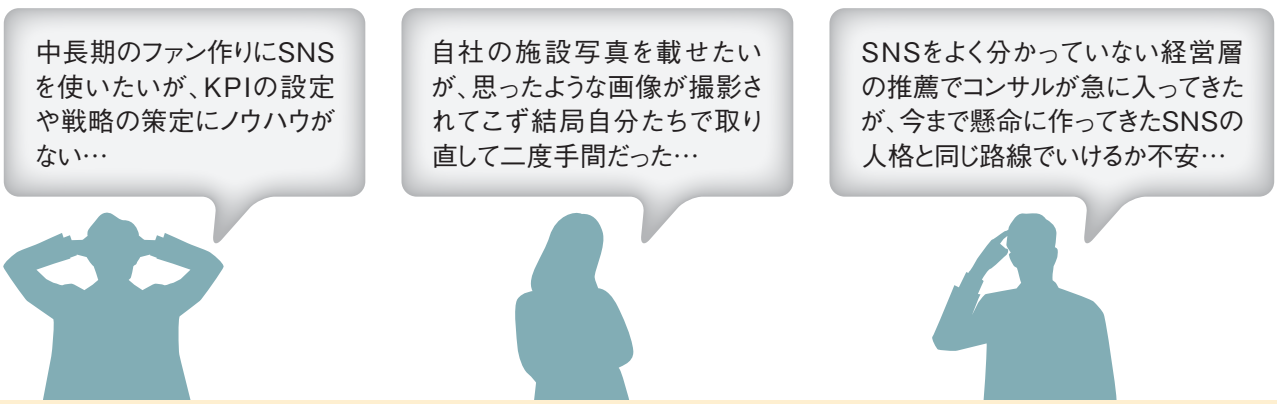
コンテンツの作成と運用の仕組化で日常業務の効率化が図れます。その他、コメントや、緊急時の対応など、どのような体制でSNSを運用していくのかを考えます。

### Point 3

#### 外部パートナーの活用

実際に手を動かすパートナー会社側の考えを知ることは、指示出しの質を向上させます。外部の力を借りる事も選択肢の一つとして、要領を得たディレクション方法を学びます。

## こうした事をお感じではありませんか?



# 講座で学ぶこと

## STEP 1 SNS活用の目的と戦略

タイミングが肝のTwitter、落ち着いたコンテンツも読まれるFacebook、世界観が重要なInstagramなど、それぞれのSNSによって特徴があります。自社の目的に沿った使い分け、コンテンツの出し分けが出来れば良いですが、担当者は目の前にある投稿内容の作成に手いっぱいで、上流の戦略をゼロから考えるリソースが不足しがちです。しかし、効率よく成果を出し続けるに、まずは樹の根幹をしっかりと定める必要があります。講義では、改めて各SNSの特徴を押さえた上で、目的とする運用戦略との親和性を考えます。また、先進企業の運用事例を知ることで、自社に置き換えた時のイメージを醸成します。

各ソーシャルメディアのユーザー数と特技を整理

| | グローバル | 国内 | 特技 |
|---|---|---|---|
| f | 22.3億 | 2,800万 | ・ファンとの関係構築<br>・ターゲットを選んだ情報発信（リーチ）<br>・タイプ別の多目的な情報発信 |
| 🐦 | 3.3億 | 4,500万 | ・即時性の高い情報発信とコミュニケーション<br>・リツイートが生む伝播力の高さ |
| 📷 | 10.0億 | 3,300万 | ・写真を中心とした感性訴求のコミュニケーション<br>・若年層／女性を中心としたユーザー層 |
| LINE | 2.2億 | 7,600万 | ・大規模なリーチが可能なメディア<br>・サイト、店舗への送客メディア |
| YouTube | 10.0億 | 5,000万 | ・動画を軸とした感性訴求<br>・他メディア使用の動画をストック（SEO対策にも） |

田村氏の資料より抜粋

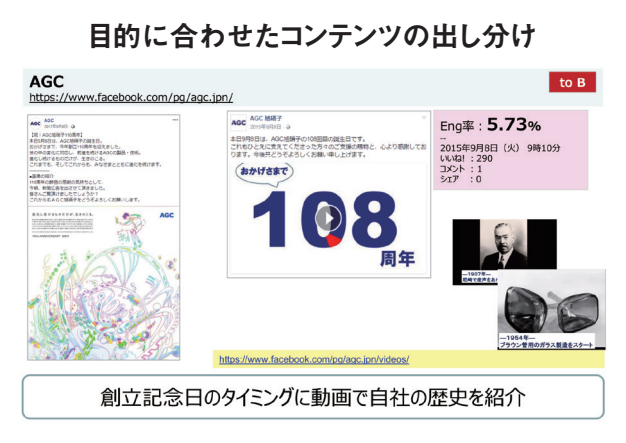
## STEP 2 運用体制とルールの構築

実際の運用オペレーションは定型・非定型の業務に分けることが出来ます。各SNSの投稿内容に関わってくる、流行・勝ち筋のコンテンツ。目的に対する評価指標である、KPI。緊急時の対応やガイドラインの策定などについてノウハウを蓄える事により、運用体制を構築し、都度、担当者の手を止める非定型業務を減らします。定型の業務を増やすことは、コンテンツ企画や他施策との連動など、よりクリエイティブな業務に時間を回すことにも繋がります。講義では、SNSの運用に関する知識を得る事で、効率的に運用PDCAを回すことができる体制づくりについて考えます。

宍戸氏の資料より抜粋

## STEP 3 目的に合ったコンテンツのディレクション

外部パートナー会社の活用は、成果を出しつつ息の長い活動を行っていく選択肢のひとつです。決まった情報をディレクションする制作物などと異なり、アカウントごとに人格が表れる企業SNSは、作業内容の共有だけではなく、時にはパートナー会社が、商品・サービス、企業文化を深く理解する必要があります。パートナー会社が準備した投稿写真が、自社のイメージとは合わず、何度もやり取りした結果、最終的に企業の担当者が自分で探すことになるなど、社外の人間と共に活動する難しさがそこにはあります。適切なディレクションを行うことで、手離れよく成果を出す方法を学びます。




田村氏の資料より抜粋

# カリキュラム

| 時間 | テーマ | 講義内容 | 講師 |
|---|---|---|---|
| 約90分 | **SNS運用の方針と戦略** | SNS運用目的の確認／利用するメディアとその理由／各SNSで出来ること／戦略を立てる／リソースの確保／内製部分と外注部分の振り分け | **田村 憲孝氏** |
| 約130分 | **効率的な運用のための体制づくり** | 実際のオペレーション／KPIの考え方／各SNSの勝ち筋コンテンツ／内製すべきこと外注すべきこと／ガイドラインやチェックポイント | **宍戸 崇裕氏** |
| 約60分 | **外部パートナーの活用とSNS運用体制** | SNSコンテンツの目的・目標設計のポイント／社内の他部署をどう巻き込むか／外部パートナーとの関係性／ディレクションのポイント | **浅田 英伸氏** |

※日程・講師・カリキュラムは都合により変更となる可能性があります。ご了承ください。

# 講師プロフィール

## 企業や自治体の担当者に最新のSNS運用をコンサルティング

一般社団法人
ウェブ解析士協会
SMM研究会代表
**田村 憲孝氏**

1974年京都市生まれ。ソーシャルメディア・WEBコンサルタント。一般社団法人ウェブ解析士協会SMM研究会代表。企業や自治体向けにSNS・WEB活用・コンテンツサイト運用のアドバイスや担当者育成のコンサルティングなどを行っている。SNS活用促進のため全国各地での講演活動にも力を入れている。主な著書に『30分で達人になるFacebook』（青春文庫）『はじめてのソーシャルメディア入門』（秀和システム）Facebook&Instagram&Twitter広告成功のための実践テクニック（ソシム）など。

## 戦略立案、運用、刈り取り、効果測定の全てを実施するプロフェッショナル

株式会社BOKURA
代表取締役社長
**宍戸 崇裕 氏**

1980年生まれ。自動車業界、不動産業界での営業経験を経て、2009年、モバイルSEOを手がける株式会社Speeeに入社。11年よりSNSなどのコミュニティ監視大手、イー・ガーディアン株式会社入社。その後、12年アライドアーキテクツ株式会社にて、ソーシャルメディアマーケティング事業部マネジャーとして、200社以上のクライアントのマーケティング支援、コンサルティングなどを行う。15年株式会社BOKURA設立。17年には2社目となる株式会社irodori設立。

## 井村屋 公式 Twitter アカウント中の人が SNS 運用の体制を語る

井村屋株式会社
商品営業企画部
部長
**浅田 英伸 氏**

飲食業、プロバイダ、PC教室等を経験後、2006年井村屋株式会社に入社。入社後すぐ井村屋ウェブショップの立ち上げに参画。12年7月のツイッタースタートからFacebook、Instagramと井村屋のソーシャル全般を管理。現在もツイッターのナカノヒトとして活動しながらウェブショップ、SNS、販促企画、商品設計と幅広くタッチしている。最近ではソーシャルに関係するセミナーへの登壇も。

## 受講者の声

KPIや分析ポイントを知る事ができ、これまでよりも意図をもって運用していくための考え方を得ました。
（メーカー　広報）

SNSの本質に迫った運用の極意に気付けたと思います。
（食品　マーケティング）

上司や部下と一緒にワークをやってみて上層部への提案に役立てたいと思いました。
（化粧品　マーケティング）

外部ベンダーとしてサポートする立場ですが、どこまでお手伝いできるかリアルな話を伺えてよかったです。
（広告　プランニング）

## 講座概要

- **講義形態：宣伝会議オンライン内でオンデマンド配信** ※お申込日から7日間視聴可能。視聴期間内であれば、ご自身の自由なタイミングで視聴できます。
- **受講料金：54,000円（税込 59,400円）** ※申込金5,000円（税込 5,500円）を含みます
- **受講対象：企業のマーケティング、広報、経営企画などSNS運用の担当者**

**お申込みはWebから またはこちらまで FAXにてお送りください** ➡ **03−3475−3033**

**WEB申込** すぐご受講いただけます

**FAX申込** 受講環境の設定に関する手続きのため 1週間ほどお時間がかかります

SNSコンテンツディレクション講座 お申込者情報記載欄

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 会社情報 | 会社名 | | TEL | |
| | 住所 〒 | | | |
| 申込者様 | 氏名 | 所属部署 | 役職 | 生年月日 年 月 日 |
| | Eメール | | | |
| 派遣責任者様 | 氏名 | 所属部署 | 役職 | 生年月日 年 月 日 |
| | Eメール | | | |
| 申込形態 | ①企業申込（請求書を発行します） ②個人申込 | | 宣伝会議からの情報 | ①いる ②いらない ③ すでに届いている |

**お振込み先**　三菱 UFJ 銀行　青山支店　普通　1145602　口座名義：株式会社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別々の方に受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなってしまった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできかねますのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とするご受講等に関しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により㈱宣伝会議が取得した個人情報は受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー（https://www.sendenkaigi.com/privacy/）をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

■お問合せ
株式会社宣伝会議　〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号
TEL：03-3475-3030　E-mail：info-educ@sendenkaigi.com　www.sendenkaigi.com/class/

Marketing & Creativity 宣伝会議