

## ソーシャルメディアマーケティング実践プランシート

## STEP1-戦略の構築 (Social Strategy)

1.目標の設定	KGI:毎月のROI200%、毎月の売上 100 万円、毎月の利益 30 万円 KPI:毎月のサイトへの流入トラフィック数:10,000、毎月のコンバージョン数 (成約数) : 100、毎月の Facebook シェア数:100、毎月の Facebook ページへのいいね!獲得数:100
2.カスタマーアバターの作成	名前:山田太郎、年齢:32 歳、性別:男性、体格:痩せ型、中背、結婚の有無:無し、子供の有無:無し、地元と住まい:新潟市の一軒家、職業:WEB デザイナー、学歴:大学の理工学部物理学卒、資格は高校数学教員免許と普通免許、年収:600 万円、人生のゴール : 素晴らしいモノづくりをしたい、価値観:自由を求める、情報源:WEB デザインに関する技術書、ビジネス書全般、課題はマーケティング活動の徹底した自動化、悩みは時間とエネルギーが限られていること、商品やサービスを購入する際の基準は、適正価格かどうか、企業における決済時の役割は自身にある
3.運用する SNS の選定	Facebook、Twitter、Instagram、YouTube
4.運用するチームの決定	クリエイティブの作成:山田太郎、投稿:山田太郎、ユーザーとのコミュニケーション:山田花子、効果測定 : 山田花子
5.運用ガイドラインの作成	1.クリエイティブに関するルール:Facebook で投稿する画像の大きさは、1,200PX×628PX、リンク先の URL は内容に合ったブログコンテンツ 2.投稿に関するルール:平日の 12 時台の昼休みに投稿する 3.ユーザーとのコミュニケーションに関するルール:問い合わせをいただいてから、12 時間以内に返信する 4.効果測定に関するルール:1 週間に 1 回効果測定を行い、測定後は、チームで成果を共有する
6.運用スケジュールの作成	四半期で達成したい目標 (KGI、KPI) : KGI は毎月の売上 100 万円、KPI は毎月のコンバージョン数 : 100、運用する SNS は Facebook、Twitter、Instagram、YouTube、クリエイティブのタイプやコンテンツの内容:画像、動画形式のコンテンツ、担当するチームのメンバー : 山田太郎、山田花子

## STEP2-傾聴 (Social Listening)

あなたの商品やサービスに関する声	〇〇の××は素晴らしい！
あなたの業界に関する声	〇〇の××は業界1です！
あなたの競合の商品やサービスに関する声	△△の××は〇〇の××よりも優れている！
設定する KPI	1.投稿へのポジティブなコメント数、2.投稿へのネガティブなコメント数、3.投稿のシェア数（リツイート数）、4.ポジティブな評判の数、5.ネガティブな評判の数
設定するキーワード	WEB デザイン、WEB デザイン作成ツール
使用するツール	GoogleAlert、Yahoo!JAPAN のリアルタイム検索、BuzzSumo
ユーザーへのレスポンス	「コメントありがとうございます。もしよろしければ、こちらのコンテンツもご覧ください。きっとお役に立てることと思います。⇒URL」

## STEP3-影響力の発揮 (Social Influencing)

設定する KPI	1.SNS 上での各種エンゲージメント数、2.WEB サイト上での各種エンゲージメント数、3.SNS ごとのトラフィック数、4.オファーへのクリック数、5.リターゲティングリストの増えた数
コンテンツ作成のアイデア	コンバージョンファネル、コンテンツマーケティング、SEO 対策、ソーシャルメディアマーケティング、PPC 広告、メールマーケティング、アクセス解析、コンバージョン率最適化、マーケティングオートメーション、クリエイティブ
ストック型コンテンツ投稿	<a href="https://www.autopilotacademy.jp/blog1/">https://www.autopilotacademy.jp/blog1/</a>
フロー型コンテンツ投稿	<a href="https://twitter.com/autopilotacademy/status/1037064561453617152">https://twitter.com/autopilotacademy/status/1037064561453617152</a>
ソーシャルプロフィール	<a href="https://twitter.com/autopilotacademy/">https://twitter.com/autopilotacademy/</a>
使用するツール	HootSuite、Buffer、MeetEdgar

## STEP4-ネットワークの構築 (Social Networking)

設定する KPI	1.被リンクの獲得数、2.イベントやグループの参加者数 3.インフルエンサーとのパートナーシップを組めた数
共感を得たユーザーと取ったコミュニケーション	<a href="https://twitter.com/autopilotacademy/status/1037064561453617152">https://twitter.com/autopilotacademy/status/1037064561453617152</a>
イベント開催やグループ	<a href="https://www.facebook.com/groups/1037064561453617152/">https://www.facebook.com/groups/1037064561453617152/</a>
パートナーシップを組んだインフルエンサー	<a href="https://twitter.com/autopilotacademy/">https://twitter.com/autopilotacademy/</a>

## STEP5-見込み顧客化・商品販売 (Social Selling)

設定する KPI	1.メルマガ登録者数、2.集客商品による売上、3.収益商品による売上、4.利益最大化の商品による売上、5.リピート購入の回数
自己紹介メール	<p>件名：ご登録ありがとうございます！小池英樹です。</p> <p>こんにちは！AutoPilotAcademyの小池英樹です。</p> <p>このたびは、メールマガジンにご登録いただきまして、誠にありがとうございました。</p> <p>最初に、少し自己紹介をさせていただきます。</p> <p>私は、デジタルマーケティングのエキスパートとして、</p> <p>これからあなたのビジネスに役立つ情報をお届けしていきたいと考えています。</p> <p>もしかすると、あなたは次のようなことを期待して、</p> <p>メルマガにご登録頂けたのではないのでしょうか…</p>

・最新のデジタルマーケティングの情報を知って、

ビジネスの売上アップに役立てたい！

・ネットを活用して、毎月、安定的にお客様の集客をしたい！

・コンテンツマーケティング、ソーシャルメディアマーケティング、SEO 対策、ネット  
広告、アクセス解析など、広範囲にわたるデジタルマーケティングのノウハウをまんべ  
んなく学びたい

いかがでしょうか？いずれかに当てはまっているのではないのでしょうか。

私はこれまで7年以上にわたり、クライアント様の

ネット集客の支援をしてきました。

培ったノウハウを、次は、あなたにお伝えしたい！

こんどは、あなたのビジネスに貢献したい！

という思いでこのメールを送っています。

これから、私は、毎週、月曜日と木曜日に、あなたのビジネスに役立つ、

最新のデジタルマーケティングの情報をブログコンテンツとしてお届けします。

コンテンツが出来上がったら、毎回、メールでご連絡いたします。

また、ときどき、デジタルマーケティングの動画講座やオンラインワークショップなど  
のご案内をします。

こちらもあなたのビジネスの飛躍にお役立ていただけるはずです。

さて、ここで、あなたに2つのお願いがあります。

1つ目のお願い、それは、メールの受信設定に関するお願いです！

せっかくお送りしているメールがあなたに届かないとしたら、とても残念なことです。

そこで、メールの受信リスト設定に、「autopilotacademy.jp」と「小池英樹」を設定してください。

こちらは非常に重要です！ぜひ設定をお願いします。

2つ目のお願い、それは、SNS でつながりましょう！というお願いです！

せっかくのご縁ですから、Facebook や Twitter でもつながりませんか？

これらの SNS でも貴重な情報をお届けしていきますので、ぜひ、フォローしていただければと思います。

SNS の URL は下記のとおりです。

Facebook:<https://www.facebook.com/autopilotacademy>

Twitter:<https://twitter.com/autopilotacademy>

最後までお読みいただきまして、ありがとうございました。

またご連絡しますね。

AutoPilotAcademy 講師

小池英樹

追伸

	<p>明日はあなたに最初の特別なコンテンツをお届けします。</p> <p>それは、ビジネスの生命線である、コンバージョンファネル作成についてのコンテンツです。</p> <p>楽しみにしていてくださいね。</p>
使用するツール	Shutterstock Editor、OptimizePress、Infusionsoft

## STEP6-解析 (Social Analytics)

KGI の測定結果	KGI:20XX 年の XX 月の ROI200%、20XX 年の XX 月の売上 100 万円、20XX 年の XX 月の利益 30 万円
KPI の測定結果	KPI:20XX 年の XX 月のサイトへの流入トラフィック数:10,000、20XX 年の XX 月のコンバージョン数 (成約数) : 100、20XX 年の XX 月の Facebook シェア数:100、20XX 年の XX 月の Facebook ページへのいいね ! 獲得数:100

## STEP7-改善 (Social Improvement)

改善施策	Facebook に比べて、Twitter のセッション数やコンバージョン数が劣っていることが分かった。今後は Twitter の施策の改善を見直すことで、キャンペーン全体の売上をアップさせていく。
------	---