

# ソーシャルネットワーク導入マニュアル

Facebookの公式ファンページ開設にむけて

# 本資料の目的

ソーシャルネットワークは、顧客満足度向上、潜在顧客の顧客化などへの有効な手法として現在脚光を浴びています。

本資料では、facebookを企業で導入する際に必要なプロセスや資料をまとめています。



# facebook, twitterのどちらで行う？

ソーシャルネットワークに企業として取り組む方法としてはfacebookとtwitterの両方を方法がありますが、それぞれ次のような特性があります。

- facebook

双方向を主軸としたコミュニケーションが基本である。このため場の雰囲気というものを形成しやすく、発言も他人に見られているそれにダイレクトにレスポンスされるという緊張感があります。このためいわゆる炎上しづらくなっています。

企業の公式ファンページに利用者が書き込むという仕組みとなっており、ファンページ内に書き込まれたメッセージを監視する（メール通知）という機能があり早期検知をしやすくなっています。

集客のための広告システムがあります。

- twitter

個人をつぶやきをコミュニケーションの主軸としているため単方向を基本。

他人やテーマへはハッシュタグをつけて発言をするが基本的に単方向での発言には変わりがなく他人の目は気にしづらい仕組みとなっています。ハッシュタグをつけて発言されたものを電子メールで通知するような機能はありません。

集客のための広告システムはシステム化されていません。

このようなシステムの差異から、現在企業によるソーシャルネットワークへの対応の主軸は、facebookとなっている。また米国においては既にtwitterはかなり廃れてきている。このような背景から企業によるソーシャルネットワークの主戦場はfacebookになっている。

# 事前準備 (社内)

- 情報提供型か、コミュニケーション型か
  - ソーシャルネットワークをホームページ的な単方向的に運用するのか、ソーシャルネットワークとして顧客同士のコミュニケーションも含めた形での双方向型で運用するのかを、社内で深く議論しておく必要があります。
  - ソーシャルネットワークとしての効果を最大限発揮するのは、コミュニケーション型です。
- 社内エスカレーションパス (総責任者の任命)
  - 社内コールセンター同様に発生したインシデントの重要度別に、どの担当者が何を決断するかのエスカレーションパスを事前に決定しておくことが非常に重要です。
- 顧客対応用テンプレート
  - クレームが掲載された際に、ソーシャルネットワークでは短い文章しか掲載することができないため、顧客との間で誤解が生まれないよう、文章作成は慎重に行う必要があります。
  - インシデント別に顧客対応テンプレートを複数用意する必要があります。
- 発言を検知しての通知機能
  - ファンページに書き込みがなされると電子メールで管理者に通知を送る機能があります。そちらの機能を利用して発言監視を行うか、否かを決めておく必要があります。

# 事前準備 (Facebookアプリ)

Facebookではホームページのように自由に表現できる機能が実装されておらず、アプリという機能によって実現する形をとります。

このアプリは、facebookアプリケーションの略でありJavaScript、PHP、Pythonにて開発が可能です。モバイル用のアプリについてはAndroidとiOS用のものを別途開発する必要がありますが、特殊なケースを除いては企業の公式ファンページでスマートフォン用にアプリを開発して提供しているケースはあまりないようです。

商品・サービスに関するFAQなどを掲載する場合にも、このアプリ機能を利用して情報提供する形になります。

バリュークリエーション株式会社が提供するHTMLをアプリに変換するSaaSを利用することでも実現可能です。(有料)

<http://statichtml.jp/?locale=ja>

# 事前準備 (写真)

- 写真の用意
  - カバー写真: 850px\*315px JPEG
    - 左下にアイコン写真が重なる部分があるので作成時には注意されたい
  - アイコン写真: 180px\*180px JPEG
  - アプリ写真: 111px\*74px JPEG (必要な場合)
  - バナー広告画像 (広告をだす場合)
    - 全6サイズ (110×80、110×150、110×300、100×60、120×60、100×100)



カバー写真

アイコン写真

アプリ写真

# 事前準備（基本データ設定）

基本データの準備と入稿

カテゴリ設定

情報

説明

商品・サービス

ウェブサイト

に情報を記入



# 事前準備 (権限の設定)

一般公開前は「公開範囲」を非公開に

ファンページ配信国

年齢制限

ユーザ発言の許可/NG

写真へのタグ付けを許可/NG

不適切発言のブロック「強」

を設定





# 事前準備 (ユーザ設定)

Facebookでは複数の管理者を業務別に設定することが可能です。

役割を考えて設定を行きましょう。

総責任者であるマネージャは1名。サブに1名の体制で行うことをお勧めします。

マネージャには顧客対応能力に加え、関連法務・心理学の知識がある必要があります。



The image shows the Facebook page settings interface for 'PC Matic'. A dropdown menu for 'コンテンツ作成者' (Content Creator) is open, listing roles: マネージャ (Manager), コンテンツ作成者 (Content Creator), モデレータ (Moderator), 広告管理者 (Advertiser), and インサイトアナリスト (Insights Analyst). Below the interface is a table summarizing the permissions for each role.

	マネージャ	コンテンツ作成者	モデレータ	広告管理者	インサイトアナリスト
管理人権限	○				
ページ編集、アプリ追加	○	○			
投稿をページとして作成	○	○			
コメントに返信・削除	○	○	○		
メッセージを送信	○	○	○		
広告作成・管理	○	○	○	○	
インサイト閲覧	○	○	○	○	○

# 企業によるソーシャルネットワークに求められる管理者像

個人での楽しみとは異なり、企業としてソーシャルネットワークに取り組むためには、多岐に渡る知識と深い経験が必要となります。

企業でのソーシャルネットワーク責任者に求められるスキルは以下になります

- 顧客対応能力
  - カスタマーサポートセンター同様にお客様への対応窓口となるため、電話と同様に顧客対応能力が不可欠。大勢の参加者へリアルタイムで対応状況が告知されるため、電話以上に対応能力が不可欠となるが、そのことを考えると誰もが及び腰になります。
- 関連法案
  - 新しい分野であるため関連法案が毎年のように成立し改正されています。トラブルに警察・法務省へ依頼する際の届け出についても適時変更されており、この状況を把握する必要があります。
- 心理学
  - カスタマーサポート上で重要な要素のひとつですが、十人十色の見方がされることを考慮した上での対応能力が必要となります。
- 日本語能力
  - 電話対応と異なり言葉の抑揚が伝わらないため、当方・顧客の双方に誤解が生まれやすいため誤解が生まれない日本語表現能力が必要となります。

関連法務や心理学については最新の深い知識をもつのはなかなか困難です。  
ブルースターにアドバイザーのご依頼をご検討ください。

# 公式ファンページへの集客(Likebox)

企業ホームページにソーシャルへの案内ページやTOPページにLikeboxと呼ばれる箱を配置することにより、facebook内の公式ファンページへの利用者を増加させることができる。

ホームページに配置する「いいね!」は、ホームページへのカウントとなりSEO効果があるが、こちらのLikeboxは、facebook内の公式ファンページへ「いいね!」ボタンを押したのと同じ効果を得ることができる。

閲覧者の友人が既にファンとなっていることを知ることができるため、クリックされやすい構造となっている。

【Likebox作成のためのページ】



<http://developers.facebook.com/docs/reference/plugins/like-box/>

# 公式ファンページへの集客 (facebook広告 1/2)

Facebookファンページへの集客は、facebook内広告を利用します。

年齢、性別、居住地などを詳細なセグメンテーションが可能です。

1日の予算設定額ぴったりに広告が配信されます。

広告バナーサイズは、600×225が基本となり推奨されていますが、「右側スペース」を考慮しと600×432で作成した画像も用意します。

広告は「ニュースフィード」と「右側スペース」に掲載されます。



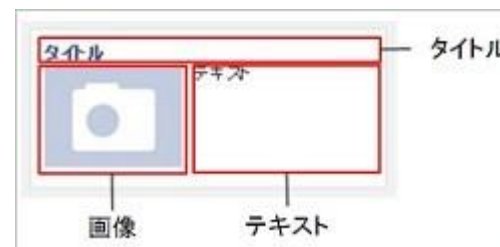
# 公式ファンページへの集客 (facebook広告 2/2)

タイトルの、使用可能文字数は最大25文字です。18文字までが1行目、19～25文字が2行目に表示されます。

テキストの使用可能文字数は最大90文字。

1行あたり12文字が目安となります。タイトルと同等、半角で入力した文字も1文字扱いとなるので注意が必要です。

テキスト内の改行がコントロールできないことに注意が必要となります。



# Open Graph Protocol (OGP)の確認

ホームページ上に「いいね!」ボタンを配置した際に、クリック者のウォール上に表示されるサムネイル画像、タイトル、説明文が表示されるが、これを指定するタグをHTMLのhead内のmeta propertyにて定義を行うことができる。SEO的ではあるが、titleとdescriptionタグはとても重要。ぜひとも指定したい。

サムネイル画像は、縦横ともに200pxで専用に作成したい。

## 【facebook公式の確認用デバッグ】

<https://developers.facebook.com/tools/debug>

```
<meta property="og:title" content="PC Matic / パソコン快適化+セキュリティ対策">
<meta property="og:type" content="product">
<meta property="og:description" content="使っているうちに動作が遅くなってきたWindowsパソコンを購入時の状態に戻す全米人気No.1のソフト">
<meta property="og:url" content="http://pcmatic.jp/">
<meta property="og:image" content="http://pcmatic.jp/img/ogimg.jpg">
<meta property="og:site_name" content="PC Matic公式サイト">
<meta property="fb:admins" content="mick.sakamoto" />
```

property="og:title" content=	題名
property="og:type" content=	コンテンツの種類、(商品の種類等)
property="og:description" content=	説明文。短く簡潔に
property="og:url" content=	このページのURL
property="og:image" content=	サムネイル画像
property="og:site_name" content=	このサイトの名称
property="fb:admins" content=	管理者のユーザID

# 運用時のトラブル?

企業のファンページで「炎上するのではないか?」ということが良く議題に昇りますが、炎上するのには理由があります。

走行中の車同士が事故を起した場合には両者に過失があるとされるように、炎上する場合には企業の顧客サポート内容に問題がある場合が殆どです。顧客の立場にたち、納得のいく対応を行うことができれば、雨降って地固まるの言葉通りに、顧客との信頼関係はより深いものとなり、今後も商品を購入し続けてくれる顧客となってくれるだけでなく、友人に商品を薦めてくれる優良な顧客となることでしょう。

職業クレーマーやハンディを持っている方からの連絡も入りますが、ネットも電話同様に95%の顧客に満足していただけるよう、こころがけていけば充分です。

対応時のキーワードとしては

- 迅速かつ丁寧に対応する
- 95%のお客様に満足していただければ良しとする
- ネットも電話も顧客対応に関しては同じだと心がける



## 運用マニュアルの整備

ソーシャルネットワークは回答の責任者を1名任命し、その人が基本的にはメッセージを書き込むようにすると、発言時のスタイルに統一感を持たせることができるため、責任者を通過して発信されるようにします。

複数の目を通過することにより、トラブル防止策にもなります。

ソーシャルネットワークを運用していく上でのマニュアルを整備し、責任者の変更がなされる場合、情報発信者が責任者への依頼方法などをマニュアルによってパターンを形成しておくことが必要です。

ソーシャルネットワークは、商品・サービスに対するお客様のニーズや利用の仕方をダイレクトに把握することができる。マーケティングにとっても役立つ仕組みとなるため各部署への情報フィードバックするパスも用意しておきましょう。



## ブルースターは、情報通信分野で豊富な実績をもつCIO代行会社です。

1990年からネットマーケティング専門で一環してサービスを提供している  
当社までC I O代行サービス、C I Oアドバイザーをご用命ください。



ブルースター 会社案内 ホームページ

<https://www.blue.co.jp/>

当社、IT設計事務所は、予算に合わせ  
効率的な施工、監査を包括的に  
プロジェクトマネジメント致します。

## ブルースター WEBマーケティング関連マニュアル

<https://www.blue.co.jp/pr/>

- WEBマーケティングアドバイザーサービス案内 <https://www.blue.co.jp/pdf/web.pdf>
- 法人ホームページ成功の秘訣 <https://www.blue.co.jp/pdf/success.pdf>
- SEOの概念説明（一般向け） <https://www.blue.co.jp/pdf/seo.pdf>
- SEOのWEB管理者向けマニュアル1 [https://www.blue.co.jp/pdf/seo\\_detail1.pdf](https://www.blue.co.jp/pdf/seo_detail1.pdf)
- SEOのWEB管理者向けマニュアル2 [https://www.blue.co.jp/pdf/seo\\_detail2.pdf](https://www.blue.co.jp/pdf/seo_detail2.pdf)
- 検索連動型広告改善・運用マニュアル <https://www.blue.co.jp/pdf/listings.pdf>
- 検索連動型広告アドバイザーのご案内 <https://www.blue.co.jp/pdf/listingsadv.pdf>
- Google Analytics設定・運用マニュアル <https://www.blue.co.jp/pdf/GoogleAnalytics.pdf>