

中小企業診断士の視点 @にいがた

第66回 中小事業者のSNS戦略



中小企業診断士 本間 大輔
(一社)新潟県中小企業診断士協会

みんなが使っているから始めたX（旧Twitter）。流行ってるから始めてみたInstagram。

最近ではThreadsがいいらしい！ これからはTikTokだ！

色々使ってはいるんだけど全然成果が出ないなあ…。

笑えるようで笑えない話です。

「あれっ、これうちの会社のこと…？」と思われた方もいるかもしれません。

依然としてSNSに関するご相談は多いです。でも、残念ながら成果に結びつかず、気づいたらやめていかれる方も多いです。

手軽に始められて手軽にやめられるのがSNSのメリットかもしれませんが、せっかく始めるならご自身の商売に活かしたいですね。

そこで今回は、中小事業者がSNS運用をしていくためのポイントについてお話します。

早速ですが、SNS運用はこの3つを意識することが大事となります。

①ターゲット

そもそもSNSによって情報を届けたいターゲットは誰でしょう。ここが曖昧なケースが多く見られます。新規顧客なのかリピーターなのか。企業なのか個人なのか。年齢や性別に居住地、職業に生活スタイルなど、そのターゲット像はできるだけ明確にすることが望ましいです。

これはSNS運用に限った話ではなく、営業やその他のプロモーションをするにあたって大事なことになります。

②目的

ではそのターゲットに何をしてもらいたいのか。売上を増やすためにSNSを始めるというのは分かります。ただ、それだとあまりに一足飛びになってしまいます。まずは知ってもらいたいのか、問合

せ・資料請求をしてほしいのか。来店してもらいたいのか。はたまた、求人に応募してほしいのか。

この①②が明確になるだけでも、発信すべき内容の解像度はぐっと高くなりませんか。裏を返すと、この①②が曖昧であるから成果がでない…とりあえず今日のランチの写真でも載せるか、になってしまうのです。

③継続

これが何よりも大切となります。最初は皆さん毎日頑張って投稿します。それが3日に1回になり、1週間に1回になり、1カ月に1回、そして3カ月に1回に…。

分かっているけど続ける自信がない皆さんに、継続させるためのポイントをさらに2つお伝えします。

1. 仕組化すること

今までのご支援の中で一番効果的だったのは、単純ですが投稿する曜日を決めることです。さらにいうと、その内容までも決めてしまうと楽になります。例えば、毎週火曜は商品紹介、木曜はイベント紹介、最終金曜日は動画配信、というように。SNSの一番のハードルはネタを考えることだと思います。ですので、それをあらかじめ決めてしまえば、機械的に運用していけるわけです。これなら続けられる気がしませんか。

2. タイムラグに耐えること

SNSは特売チラシのように、即効性があるものではありません。どちらかという、ジワジワ浸透していくものになると思います。つまり、今日の頑張りの成果が明日出るものではありません。半年後、1年後にようやく蓄となって現れるものになります。多くの人が、そのタイムラグに耐えられずに挫折するものと思われます。

長くなってしまいましたが、SNS運用を成功させるためのウルトラC的な方法はないわけです（期待した皆さん申し訳ありません）。上述したように、結局は正しい方向性で継続すること。どんなにテクノロジーが進化したところで、このような本質的な部分はきっと変わることはないのだと。そんなことを発信していくことも、我々中小企業診断士の役割なのかなと思います（もちろんSNSで）。

【問い合わせ先】

新潟県中小企業診断士協会

ホームページ：<https://www.n-smeca.jp/>

電話：025-378-4021

Eメール：office@n-smeca.jp