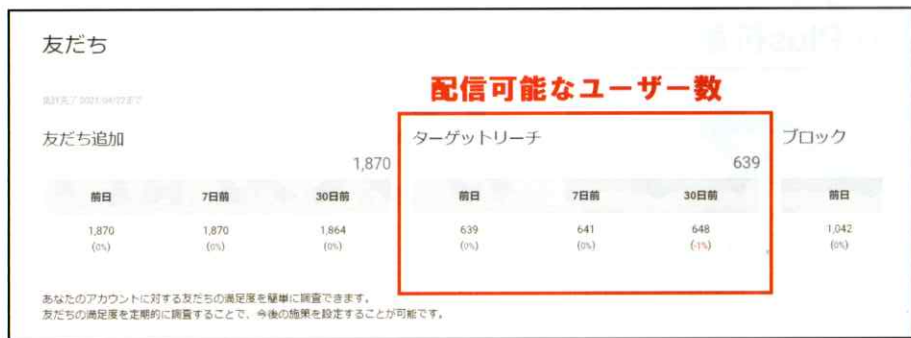
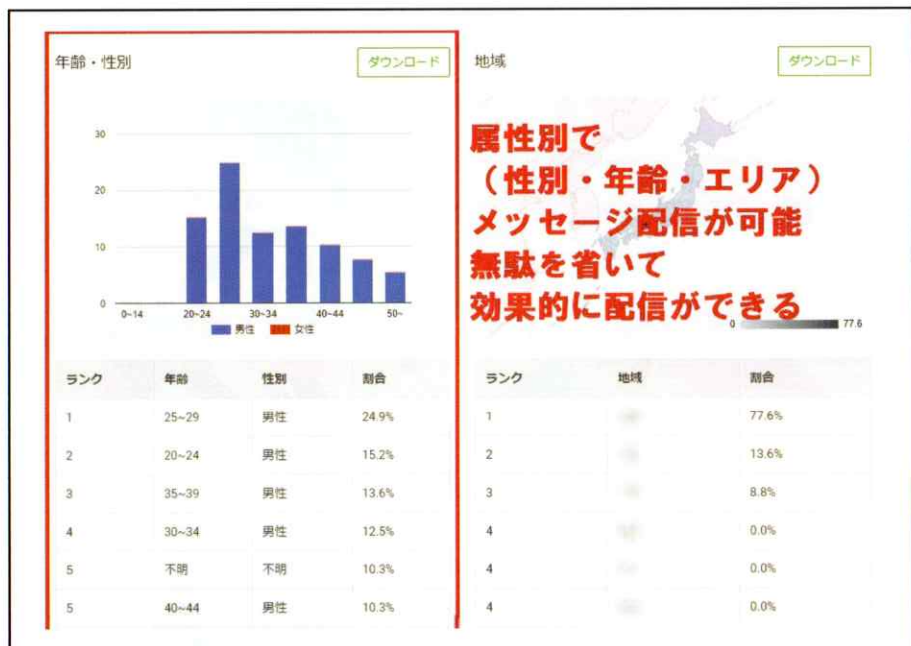


1 LINE分析：友だち

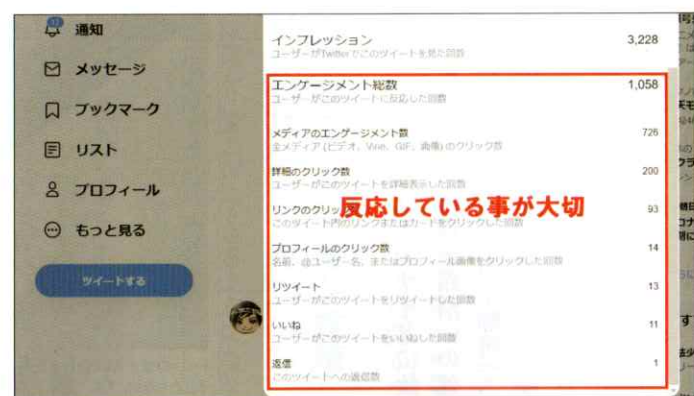


2 LINE分析：メッセージ配信



4 Twitter：エンゲージメント数

3 Twitter：ツイートアナリティクス



ホールのためのSNS運用戦略

分析に必要なのは、顧客目線

文：齋藤裕樹(プラスアルファ)

この10年で、LINEやTwitterほどのホールも導入することが必須の営業ツールとなった。しかしこれは情報過多の状態を招いており、やみくもにSNSで情報発信してもそのメッセージは顧客に届きにくくなっている。効果が高いには分析に基づいた運用が必要だ。

今や営業活動においてSNSの活用は当たり前になっていますが、SNS運用で大切なのは、発信元(店舗)を主語とした情報発信ではなく、受信元(ユーザー)を主語とした情報発信です。ユーザーの動向や反応を知るために、分析してください。今回は特に利用率の高いLINEとTwitterに絞って、各SNS管理画面に備わっている分析ツールの基礎的な使い方をお伝えします。

LINEの分析

結論は、「LINEは送ったメッセージの24時間後の開封率を意識する」です。友だち数は追加した数であって、ブロックされても減りません。そのためどんどん増えていきます。この友だち

「LINE管理画面ログイン」で、「分析」で「メッセージ配信」で、各メッセージへの配信数、開封数、開封率が確認できます。よく「開封率(率)は時間と共に上がっていくから、どのタイミングの数字を見ればよいのか?」とご質問をいただきます。開封率の計測期間は14日間ですが、私の答えは配信から24時間後の数字です。LINEは主に連絡の手段として利用されています。優先度が高い人からの通知ほどすぐに確認し、そうでない場合は後で確認もしくは削除すると思います。その目安が配信から24時間です。さらに、配信したメッセージにテキストや画像を送った場合、それぞれの表示回数も確認できるので、トーク画面を開いただけなのか、きちんと内容を見ているのかも把握できます。

Twitterの分析

結論は、「プロフィールへのアクセス

数とエンゲージメント数を意識する」です。Twitter運用はフォロワー数が多いアカウントを真似しがちですが、それでは根本的な改善にはなりません。「Twitter管理画面ログイン(PCのみ)」「もっと見るをクリック」」「アナリティクス」で「ツイート」で分析ツールの数値を確認できます。Twitter

「反応」数が大事です。これは投稿に對しての、「いいね/リツイート/コメント/クリック」などのことで、総じてエンゲージメントと呼びます。個別投稿でも確認でき、全体(月毎)でも確認できます(画像④)。このエンゲージメントの反応があるということは、きちんと見られているということを示します。表示回数が増えているのに、エンゲ

意が必要です。「LINE管理画面ログイン」で、「分析」で「メッセージ配信」で、各メッセージへの配信数、開封数、開封率が確認できます。よく「開封率(率)は時間と共に上がっていくから、どのタイミングの数字を見ればよいのか?」とご質問をいただきます。開封率の計測期間は14日間ですが、私の答えは配信から24時間後の数字です。LINEは主に連絡の手段として利用されています。優先度が高い人からの通知ほどすぐに確認し、そうでない場合は後で確認もしくは削除すると思います。その目安が配信から24時間です。さらに、配信したメッセージにテキストや画像を送った場合、それぞれの表示回数も確認できるので、トーク画面を開いただけなのか、きちんと内容を見ているのかも把握できます。



さいとう ゆうき
転職支援を行う「パチンコ転職ナビ」の責任者として、職業紹介士(第193号)とファイナンス・プランニング技能士の資格を取得。同時にWeb広告を学び、Google認定アナリティクス個人認定資格(GAIQ)やAdWords認定資格も取得。現在はホールが取り組むべきWeb戦略を提唱している。