



## 中小企業とIT～情報発信の手法～ (IRSME13009)

平成 25 年 6 月 24 日 三反田 章

今回は中小企業の IT 活用について、Facebook やブログによる情報発信の有効性について報告した。本稿では具体的にこれらのツールを有効に活用している企業の手法を 3 つのポイントに着目して紹介したい。

### ■ ポイント 1 記事の傾向～モノを売らず自分を売る～

SNS やブログを有効活用している企業とそうでない企業で大きく違うのがその内容である。活用できている企業は実のところ自社の商品やサービスについて掲載することが少ない。SNS やブログは頻繁に更新するため、いつも自社商品の PR ばかりでは読者は早晩離れていくだろう。重要なことは「消費者にとって有益な情報」をアップすることである。

実際にブログに書く内容を変えることで会社の認知度を高め、売上につなげた例もある。ある工務店の 2 代目社長は、ブログを始めたばかりのころは手がけた物件や新サービスの内容、キャンペーン情報など自分の会社のことばかり投稿していた。そのときは、毎日更新していたにもかかわらずブログの閲覧者は一向に増えなかったという。そのうち投稿する材料に乏しくなり、やむなく「家づくりを失敗しないための鉄則」というタイトルで、家を建てる時に注意すべきポイントについての連載を始めた。すると定期的にブログを読みを訪れる人が増えた。その後の「シックハウス症候群の対策」「家を安く建てるコツ」などのシリーズがいずれも好評で、ついにはブログを通しての受注も飛び込んでくるようになった。ブログで発信した情報から「この企業は信用できる」「この企業は家づくりについてしっかりとした情報を持っている」という印象を広げ、それが結果として売上につながったのである。SNS やブログの記事では、自社が読んでほしいことばかり書いていないか、読者にとってためになる情報かに注意を払う必要がある。

### ■ ポイント 2 情報発信の方法とタイミング

SNS やブログはいつ更新すると効果的か。有効活用している経営者に伺ったところ、時間や曜日を決めて発信しているという声が多かった。押さえるべきは、「定期的に更新する」ことだそうだ。「毎週木曜日にアップする」などと決めると強迫観念にとらわれそうだが、その実「毎日書かなくてはならない」というプレッシャーから解放される。そのためむしろ続けやす

平成 25 年 6 月 24 日

(IRSME13009) 中小企業とIT～情報の手法～

くなるそうだ。翻って閲覧する側にとっても更新されるタイミングを把握でき、SNS やブログを訪れやすくなる。毎日だけでなくとも良いので、定期的に情報を発信し続けることが望ましい。

### ■ ポイント3 情報を集める

最後のポイントはいかに情報を集めるかということである。発信の上手な方は情報の集め方も非常に上手である。アプリやサイトの機能を使って自分に興味のある情報が自動的に集まるように工夫しているのだ。

#### 1. Google アラート

Google アラートは指定したキーワードに一致する検索結果（ウェブやニュースなど）をメールで配信するサービスである。チェックしたい「キーワード」を入力するだけで自動的に情報が集まるため、その情報を参考にして SNS やブログに投稿する記事の種とすることができる。



業種業界や発信予定の内容に関連するキーワード・用語を事前に登録しておくとうい。

#### 2. Gunosy (グノシー)



Gunosy (グノシー) は近頃衆目を集めているウェブサービスである。登録した Facebook やツイッターのアカウントを解析し、興味があると推測される最新のニュースを選択し届けてくれる。ニュースは配信の時間指定が可能

で、スマートフォンでも確認できる。利用者の関心に沿うニュースを届けられるよう、使うほどに学習する機能があるため、SNS やブログを書くときに有用な情報も集めやすくなる。

### ■ まずは始めることから！

経営者に SNS やブログの活用を勧めると「何を書いたらいいのかわからない」、「毎日書く時間がない」、「どうやって情報を集めたらいいかわからない」という声が多い。しかし、ポイントさえ押さえれば毎日投稿する必要もなく、情報も自動的に集めることができる。大切なのはまず書き始めることである。SNS やブログを利用したいと思っていたものの、なかなか行動に移せていなかったという方は、これらの工夫をぜひ実践していただきたい。(了)