



中小企業診断士 佐合 和行
(一社)埼玉県中小企業診断協会

第104回 中小企業のSNS活用法

総務省「通信利用動向調査」(令和5年度)によると、個人のSNS利用率は全世代で8割を超え、特に60代以上の利用者が顕著な増加を示しています。顧客ニーズの多様化が進み、購買判断における口コミの影響力が増大する現代において、SNSを活用した顧客との双方向コミュニケーションは、企業の必須戦略となっています。本稿では、中小企業がSNSを効果的に活用するための3つのポイントを解説します。

①まずは目的を考える

SNS活用の真の目的は、フォロワー数の増加や「いいね！」の獲得ではありません。販促チラシを配るのは「来店客数を増やして売上を伸ばす」ためであるように、SNSも経営課題を解決するための戦略的なツールとして活用すべきです。SNSの強みは、認知から購入、継続利用に至るまで顧客の購買行動のあらゆる段階にアプローチできることです(図参照)。例えば飲食店なら、店内の雰囲気や駐車場の有無といった、来店前のお客様の不安を解消する情報を投稿することで競合店との差別化を図り、より多くの集客につなげることができます。

②SNSは1つに絞る

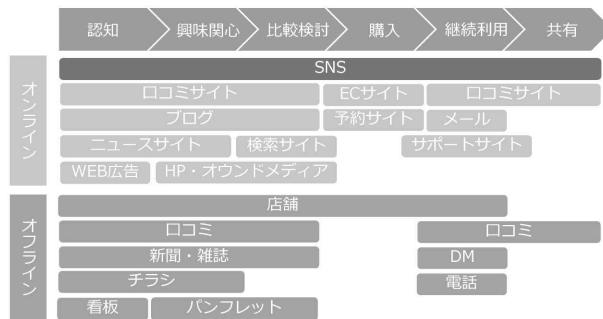
SNSには様々な種類があり、それぞれ特徴や利用者層が異なります。限られた時間や人手を有効活用するため、自社の目的や対象としたいお客様に合わせて、まずは1つのSNSに絞ることをお勧めします。例えば、若い女性をターゲットにするならInstagramのリール(ショート動画)が拡散効果も高く有効です。また、Xでは詳しい情報を画像にして投稿すると、テキストに比べ多くのユーザの目に留まりやすくなります。このように、選んだSNSの特徴を活かした投稿を心がけましょう。

③運用を仕組み化する

中小企業では、SNSの担当者が1人且つ他の業務と兼務というケースが少なくありません。そこで大切なのが、投稿作業の流れを明確にすることです。素材作成や投稿、チェックのタイミングを1日や1週間単位でルーチン化しておくと無理なく継続できます。また、投稿のルールや返信の基準、トラブル対応の手順などをマニュアル化することで、一貫性のある質の高い運用が可能になります。

SNSを効果的に活用するには、運用する側が楽しみながら取り組むことが何より大切です。日々の仕事や想い、取り組みは、自分たちには「当たり前」でも、お客様にとっては魅力的な情報です。そういった情報を発信し続けることで、お客様から選ばれる企業へと成長していくはずです。

中小企業診断士は、経営課題の解決に向けて、デジタル活用を含めた多角的な視点から企業経営を支援いたします。ぜひお気軽にご相談ください。



【問い合わせ先】

(一社)埼玉県中小企業診断協会
ホームページ：<https://sai-smeca.com/>
電話：048-762-3350
Eメール：rmcsai@nifty.com