

■Facebookページ(ビジネスアカウント)とは何か

個人用プロフィールを利用してFacebookで開設できるページであることをいいます。

Facebookの公式サイトでは、この「Facebookページ」について

”ブランド、ビジネス、組織、著名人が個人用のプロフィールを利用してFacebookでの存在を確立するためのものです。アカウントを持つ人なら誰でもページを作成できます。”

と説明しています。

【メリット】

基本的に、個人アカウントで投稿した場合は、GoogleやYahooなどの検索エンジンには表示されませんが、Facebookページで投稿した場合は、表示されるようになります。

【運用例】

宅配ピザチェーン

まずは国内でも大手の宅配ピザチェーン店の事例を紹介します。

こちらの企業は、動画を有効活用したFacebook運用で集客を成功させています。

具体例として、ピザの製造過程を動画で投稿したり、アプリの利用方法を動画で説明したり するといったものが挙げられます。

普段は見られないピザの製造過程を公開して興味や関心を高めていることから、再生数も増加し注文や来店につながられていると考えられます。また「動画が画像やテキストよりもユーザーの目を惹きやすい」という特長をうまく活かしているのも、Facebook運用の参考になる部分だといえます。

人気ケーキ店

続いて、女性に人気がある人気ケーキ店の成功事例を紹介します。こちらのケーキ店は、店舗数は10店舗とそこまで多いわけではありませんが、Facebookを運用することで全国各地から顧客を集めることに成功しています。

この企業のFacebook運用で特徴的なのが、「テキストの多さ」です。

おいしそうなケーキなどのスイーツの画像とともに、メニューについて詳しく説明文が記載されているので、ユーザーに来店意欲を強く持ってもらえるようになっています。また、メニューの紹介だけでなく、販売数や予約の可否、整理券の配布状況やテイクアウトの利用方法など、店舗を気持ちよく利用してもらうために必要な情報が詳しく記載されています。事前にトラブルを避ける工夫をしているところも、Facebook運用の参考になる部分です。

航空会社

最後に、航空業界でも大手の企業の成功事例を紹介します。こちらの会社は、航空会社の企業アカウントだからこそできる投稿をすることで注目を集めています。

具体例として、飛行機から見た美しい景色の画像や飛行機の整備場を紹介する動画など、普段なかなか見られない様子を投稿していることが挙げられます。

航空に関するクイズ形式の投稿をしてユーザーの興味や関心を高めるとともに、翌日以降に答えを発表して継続的なアクセスを促すという投稿も魅力的です。

コメント欄ではユーザー同士のコミュニケーションや「いいね」などのリアクションが生まれ、ユーザーが楽しめる場を提供することにもつながっています。

■Facebookページ(ビジネスアカウント)作成方法

※パソコンで操作する場合の説明

1. 個人用アカウントにログイン。

左のサイドバーから「メニュー」を選択。「作成」から「ページ」をクリック。

2 ページの名前、カテゴリを入力

ページの名前はビジネス名、ブランド名、会社の名前などを入力しましょう。

カテゴリは、フリーワードで入力できないので、自分が行っているビジネスにカテゴリを検索。自分のビジネスの内容を一言で説明できるようなものが良いでしょう。

例:スイーツショップの場合、「ベーカリー」や「デザート屋」など。

カテゴリは作成したページに表示されるので具体的なものの選択すると、

一目でビジネスの内容が理解できたり検索で表示されやすくなるメリットがあります。

3 詳細

住所や電話番号を書くことができます。

※この欄はページ作成後に詳しく編集できるので、今はスキップでも問題ないです。

4 プロフィール写真

設定したい画像を選択し、「プロフィール写真をアップロード」をクリックしましょう。

《写真の表示サイズ》

PC・・・160×160ピクセル

SP・・・140×140ピクセル

MB・・・50×50ピクセル

5 カバー写真の追加

次にカバー写真の追加画面が表示されるので、こちらも設定したい画像を選択した後、「カバー写真をアップロード」をクリックします。

《カバー写真の表示サイズ》

PC・・・851ピクセル x 315ピクセル

SP・・・640ピクセル x 360ピクセル

MB・・・表示されません

※プロフィールとカバーの写真は、後から編集が可能です。

以上で、ページの作成は完了です。

ですが、作成に必要な最低限の情報しか完了できていません。

運用を始めるために、より詳しい設定を行います。

ページの詳細設定

1 まずはページを「非表示」にします。

左のサイドバーから「ホーム」から「ページ」をクリック。

「管理しているページ」に先ほど作成したFacebookページ(ビジネスアカウント)が表示されているのでクリック。

画面左の「ページを管理」を下にスクロールして、「設定」を選択。

右に表示された項目の一番上「公開範囲」をクリック。

「ページは公開されていません」を選択、「変更を保存」をクリック。

「このページはまだ準備中」を選択、「次へ」をクリック。

「ページを完成させるために必要なものはありますか？」の選択は任意です。

必要なければ、「非公開にする」をクリックする。これでページが非表示になります。

2 ページの詳しい情報を設定する。

先ほどの手順でページに移動。画面右にプロフィール画像などの下に

「ページ設定完了までのステップ」から必要な情報を入力していく。

これらの情報や、ページを作成時に入力したページ名、カテゴリ、

プロフィール画像などを後から編集したい場合は、更に下にスクロールしていくと

「ページ情報を編集」があるので、そこから編集しましょう。

■Facebookページを運用するときのポイント

・なるべく投稿をこまめに行う

こまめに投稿にすることが、利用者の目に留まることへ繋がります。

しかし、ただやみくもに更新すればいいというものではありません。

事前にある程度運用の方向性を立てた状態で行いましょう。

① ターゲットユーザーを明確に

ユーザーが興味を引く投稿を続けることでファンを獲得できたとしても、自社の商品を購入してくれるようなターゲットとなるユーザーでなければ、そもそも売上アップには繋がりません。そのため、自社の商品を購入してくれるターゲットユーザー像を明確にしてファンになってもらえるよう運用することが重要です。

② ユーザーが役立つ情報を考え投稿する

毎回投稿を行うたびにアイデアがなくなり、つい関係のない内容まで投稿しがちですが、最終的な目的は投稿を見てくれたユーザーにどのようなアクションを起こしてもらいたいのかつねに考え投稿をすることが大切なポイントです。

最終的に商品を購入してほしいといった目的がある場合は、あらかじめ設定したターゲットユーザーの問題定義から解決につながるような投稿をするなど、ユーザーが役立つ情報を投稿していくことを考えていくことで自ずと商品の認知度アップにも繋がりがやすくなるでしょう。