

SNS SCHOOL のご案内



SNS SCHOOLとは？

実践的なカリキュラムを元に、運用・コンサル・研修を一気通貫で行うプログラム。
総合的なSNS活用のスキルを持った人材を育成します

BESだからできる
オリジナルサービスです！

ソーシャル
活用への
早期着目

本社で直接
仕入れる
最新情報

受講者実績
6000人以上

導入実績
100社以上

SNS SCHOOLの特徴

3ヶ月間～6ヶ月間、実際にSNSを運用しながら研修・コンサルティングをご受講いただきます。

SNS school

アフターサービスご案内

1ヵ月目

2ヵ月目

3ヵ月目

4ヵ月目

5ヵ月目

6ヵ月目

7ヵ月目

8ヵ月目

9ヵ月目

10ヵ月目

アカウント運用



● 研修・セミナー

受講者数総勢**6,000人以上** **100回以上**の研修実績

「Instagramの機能をフル活用した効率的な集客方法伝授セミナー」

「SNS・オウンドメディアマーケティング徹底活用セミナー」

「売上・集客・認知拡大に繋がるTwitter運用セミナー」

「広告費をかけないSNSマーケティング実践セミナー」

「人事必見！上質な営業マンを集められるソーシャルリクルーティングセミナー」

「中国ネットマーケティングWeChat活用について」など、多様なテーマで研修を実施

● 連載

BIND BLOG (ビジネスで成功を掴むためのWeb制作・運用ノウハウを得られるスキルアップ・プログラム)

「自社サービスにとって結果の出る SNS選定と目標の立て方」

「あなたの企業にはどれが合う？ 4大SNSの特性と活かし方」

「セルフブランディング」で売り上げアップさせる方法」など

アスキー.jp 「今日からできる！実践 Instagramマーケティング入門」

● 出版



「SNS×リアルで実践する新しいビジネスマッチング」: マイナビ出版

「Webプロモーションのネタ出しノート」: 翔泳社

「ネットプロモーション教本」: マイナビ出版

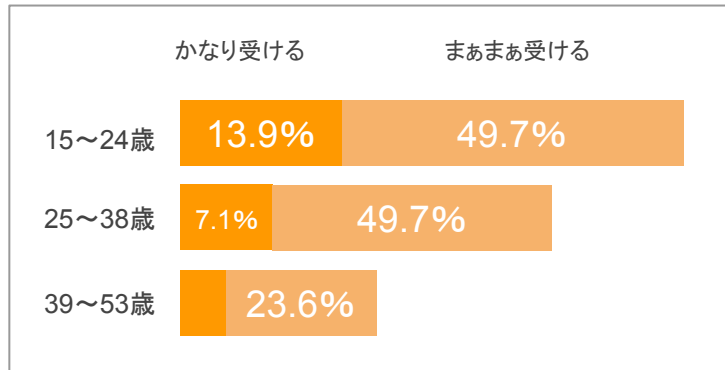
「今日からできる！実践Instagramマーケティング入門」: KADOKAWA



1 消費行動における影響力

ミレニアル世代※の**51%**が買い物時にSNSの情報に影響を受け、その半数強が「Instagram」に最も強く影響を受けていると感じている。

※スマホやPCが身近なデジタルネイティブと呼ばれる世代



※引用:市場調査メディア ホノテ

「ミレニアル世代は貯金意識が高く、投資や資産運用に興味あり?消費意識やお財布事情などを調査」

2 ユーザーの行動①

「この商品を買いたい」と思って検索してくる層、つまり顕在化している顧客を相手にするだけでは、マーケットは広がらない。

ユーザーの行動を踏まえた情報発信が必要

- ・ユーザーはどんな時に、SNSでモノを買おうとするのか
- ・ユーザーはどんな情報から、購買の判断をするのか

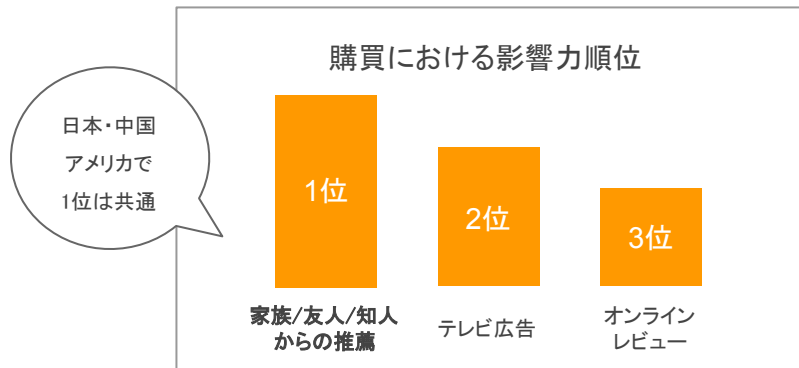


3 ユーザーの行動②

現在ウェブページは130兆ページほど存在。

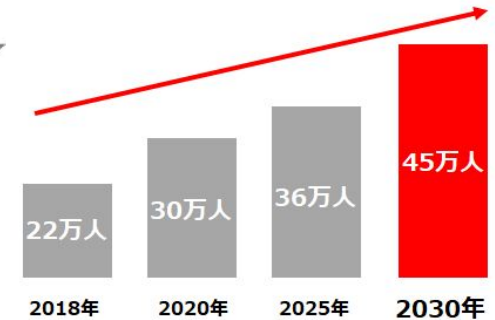
=届けたいユーザーには、99%届いていない。

企業が情報をユーザーに届けるのが難しい時代だけど、クチコミは届きやすい傾向にある(特に家族/友人/知人)



深刻なweb担当者不足

低予算で、リスク少なくWebマーケティングを実践したくても、それを実現するための **Web人材が確保できない** 時代になりつつある。数少ない人材は、サイバーエージェントをはじめとする大手IT企業に高年収で確保され始めているのが現状。IT市場の人材不足は今後も拡大するとされ、給与水準も上がっていく一方となる。

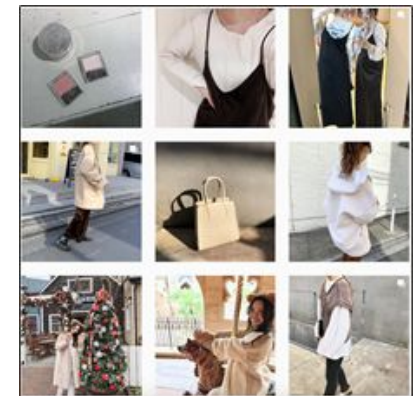
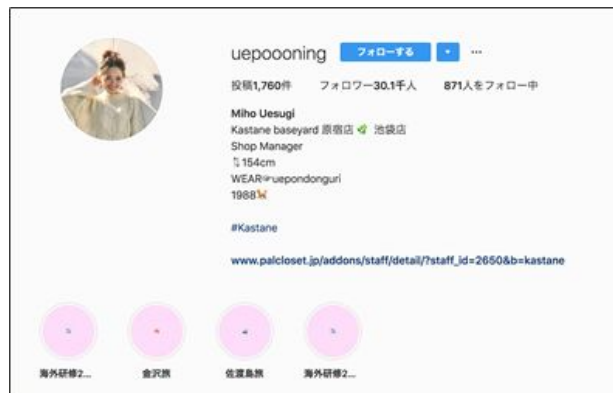
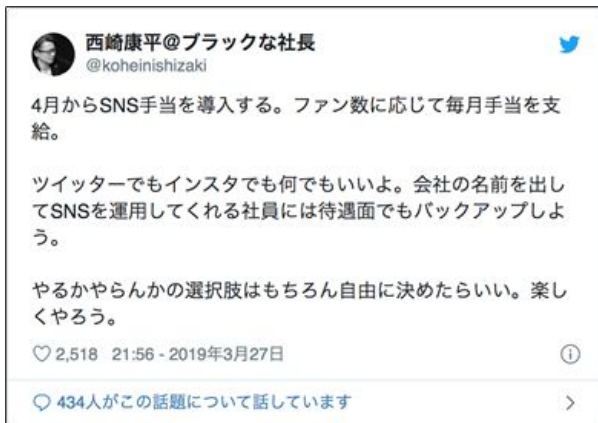


参照: 経済産業省 情報技術利用促進課 IT人材需給に関する調査(概要)

既に対策を始めている企業も(採用)

個人のSNSアカウントをアクティブに活用している社員に **SNS手当**を付与する企業が現れている。これは、SNS活用の重要性が広く認識されてきている証拠である。今や**SNS活用ができる社員を確保することは必要不可欠** と言える。

従来の採用方法では、
予算を大幅に上げない限り、
優秀な人材は確保できない



▲採用ブランディングを手がけるトゥモローゲートは、Twitter上で社長自らが**SNS手当**の導入を宣言。2500を超える「いいね」がつき、話題となっている。

▲アパレルのパルグループホールディングスは、InstagramまたはWEARのフォロワーが1万人を超える社員に**SNS手当**を支給。実際にフォロワーの多い社員が在籍すると**店舗売上が伸びる**という事例が発生している。

10年間宣伝ゼロのマーガリン 売上が突如6倍に

乳製品や油脂食品を製造するマリンフード(大阪府豊中市)の「**のたらこスプレッド**」(2008年発売)

しかし家庭用マーガリンのトランス脂肪酸についてWHOが健康リスクを指摘したことから、5年以上右肩下がりが続く状態に陥った。

しかし発売10年目の2017年に突如、**前年同月比で約6倍の売り上げ**を記録。

しかも一瞬のブームに終わらず、17年全体の売上高**前年比約2倍**。18年も**1.6倍**の勢いで上昇中。

さらに17年6月以降、SNS上で商品に関する**投稿が急増**。

Twitterで『とても罪深い食べ物』とつぶやかれるようになり、Instagramでも自社レシピを再現した料理写真が投稿されるように。



ヒットの要因

- ① 流行に敏感なファンの多い「カルディコーヒーファーム」への出荷を増やした
- ② そもそも消費者の興味をかき立てる、SNSと相性のいい商品だった
- ③ 「罪深い」「神の味」といった“バズワード”をメディアが広めた
- ④ 400円台という手取りやすさや、簡単にいろいろなレシピを試せる汎用性の高さがSNSユーザーの興味を引いた

ネットメディアが紹介するまではネット上で『眠っていた』無名の商品だった



Twitter上のキャンペーンで店舗に誘導し 売上4倍に

菓子メーカーのシャトレーゼは、Twitter上で商品の無料配布を告知し、店舗への流入を促した。

その結果、多くのユーザーが店舗へ足を運び、同商品の売上が前年比の4倍まで跳ね上がった。
チラシと店頭のみで告知していた前年度に比べ、SNSの活用により売上が大きく伸びた。

さらに、多くのユーザーがキャンペーンに関して個人アカウントでも投稿し、広く拡散された。

ヒットの要因

- ①Twitter上で目立つようなクリエイティブを作成し、ユーザーの関心を引いた
- ②オンラインとオフラインでうまく連携がとれていた
- ③「商品の無料配布」というユーザーが個人アカウントでも眩きたくなるようなキャンペーン内容であった

Twitterから上手くりアル店舗へ誘導



1 福利厚生や将来への投資で、定着率UP！

- ・「いろんなことを学ばせてくれる」
- ・「自分達(従業員)に時間やお金を投資されている」

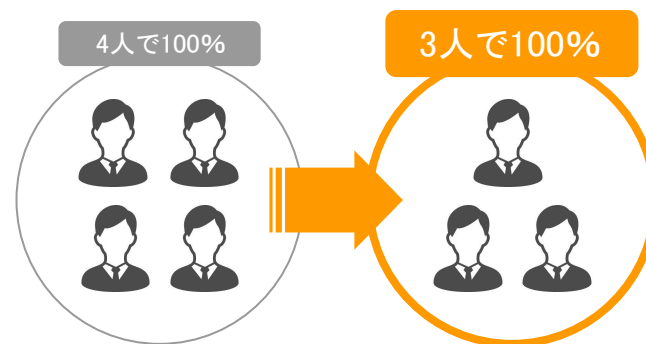
3 スキルアップで、生産性向上！

- ・普段、教えてもらえない違ったノウハウを様々な研修メニューや講師陣から学べる

2 企業ブランディングで、採用力UP！

- ・対外的にも、研修カリキュラムや研修風景を露出する

定期的な外部講師活用で、 教育制度を整備



教育体制の整った職場環境や福利厚生で、将来の成長に投資！

1 運用代行のデメリットを完全カバー

運用代行だと、

代行費用が高額な場合が多い...

1種類のSNSしか運用しない、更新頻度が低いなど、小規模な運用では割高になる可能性が高い。



社内運用で、

代行費用を¥0に！

自社で運用すれば、運用自体はもちろん費用がかからない。
すれ違いの回避や、連携や管理のためのマネジメントコストも削減も可能。



運用代行だと、

費用対効果が得られない事も...

運用代行を依頼して高い費用対効果を得るには、きちんとした戦略を立てて、ある程度の規模で行わないと難しい。



社内運用で、

高い効果が期待できる！

企業の内部を良く理解した社内の担当者が適切な戦略を立てて運用することで、膨大な広告費をかけなくても、効果的なプロモーションが可能になる。



運用代行だと、

丸投げ感が強くなりがちに...

投稿やコメント返信まですべて運用代行に任せてしまうと、単なる情報発信の場となってしまふことも。



社内運用で、

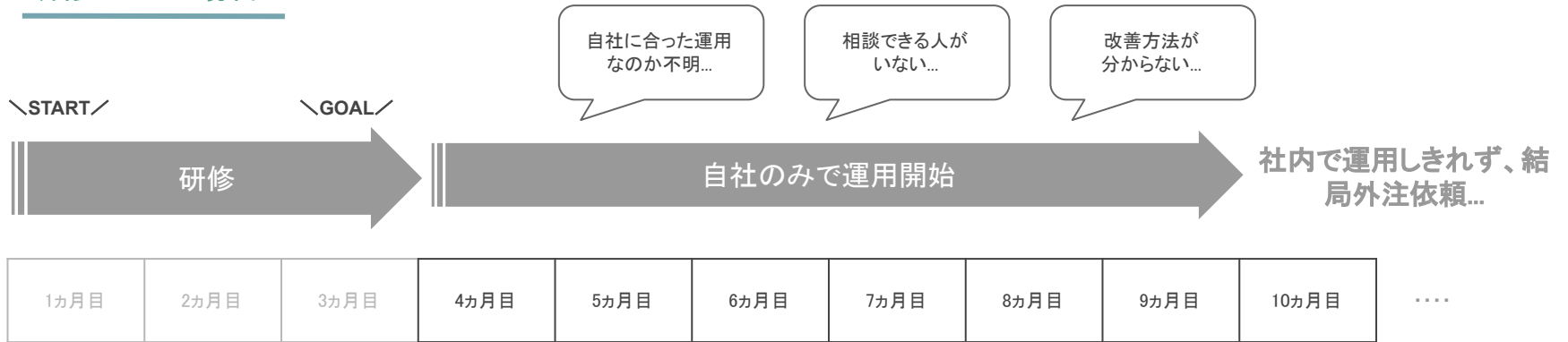
自社の良さを100%発信！

自社や商品、サービスの魅力を理解し、消費者に求められている情報を的確に発信できるようになれば、ファンや消費者に愛される企業アカウントにすることが可能。

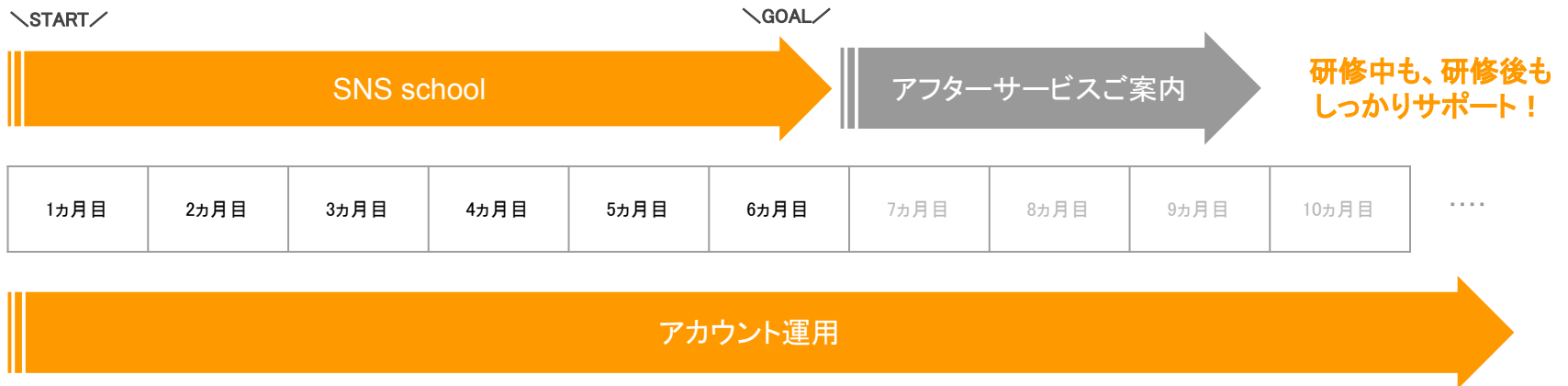


2 運用と研修の同時サポート

研修のみの場合



SNS SCHOOLの場合





実践的な研修

SNS運用実績豊富な各分野のプロが、ノウハウを余すことなく伝授します。
基本的に毎週1回研修があるので、常に最新の新鮮な情報をお伝えすることができます。
※次回研修のために、研修後10分程度ヒアリングをさせていただく事がございます。

講師との距離が近いので、
資料も見やすく、質問や
ディスカッションがしやすい
環境での研修となります。

▼研修資料(一例)

理想モデル

UGC (ユーザーが作ったコンテンツ) 活用

「このような消費行動は当たり前になっている」

①商品・サービスの情報を目にする
②友人との会話の中で評判を聞いて興味が高まる
③SNSでも誰かが評価しているのを目にする
④店頭・ネットから購入

Copyright 2019 BES Co., Ltd. All Rights Reserved

コンテンツ 他社事例

Copyright 2019 BES Co., Ltd. All Rights Reserved

購入者の投稿や口コミ

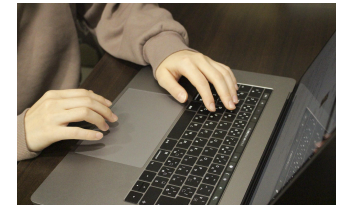
「#ハッシュタグやタグ付けで消費者と繋がれる」
↓
「レポートで投稿可能コメントやいいね!は必須」

Copyright 2019 BES Co., Ltd. All Rights Reserved

ワーク①-A

ペルソナを2(ターン)考案 (学生/実家暮らし)

名前		SNS利用状況	
性別	女性 (20代前半、独り)	Twitter 利用開始: 半年前(約1日) 主な利用時間帯: 15:00-18:00	Instagram 利用開始: 半年前(約1日) 主な利用時間帯: ①15:00-18:00 (休前) ②20:00-23:00 (夜中)
年齢	22歳 独身	Twitter 利用時間: 主な利用時間帯:	Instagram 利用時間: 主な利用時間帯:
出身地	静岡県浜松市	ライフスタイル	
居住地	東京都八王子市 (実家)	平日は18時から20時まで勤務。趣味は読書とInstagramでの情報収集。SNSに集まる情報は、自分から検索、SNSではスクリーンショットを撮り、後から整理してまとめる。SNSでも購入するものが多いが、必ずしも購入するものではない。SNSで知った情報は、自分のペースですべて見て、カードをまわすこともあれば、プリントアウトしてショップでも見てみる。SNSで知った情報は、必ずしも購入するものではない。SNSで知った情報は、必ずしも購入するものではない。	
職業	セサリスト (正社員候補 資格取得の勉強中、通勤は八王子)	家族構成	
休日	月・木 (ソフトボール、運動あり)	① 父 (50) 大手電器メーカー勤務 ② 母 (48) 専業主婦 ③ 弟 (25) 大手電器メーカーサラリーマン	
収入	19万円月 (手取り)	対象ブランド	
支出	実家7万円生活費(食費・ネット2万円交通費)1万円趣味の月約2万円		
趣味	読書サイト閲覧 (Twitter・Instagram)・買い物・趣味しい物語り		



▲ワークシート

研修中は、平均3~5枚程のワークシートに取り組んでいただきます。(デジタル化も可能)
今ある課題の洗い出しや、現状把握など、受講者同士でディスカッションしながら進めていきます。





フォローアップ(5回 / 月)

基本的に毎週1回研修があるので、気になることはすぐにご相談いただけます。
「今すぐ解決したい!」ということがあれば、月5回までオンラインのQ&Aをご利用頂けます。

いつでも
お好きな時に
ご質問ください



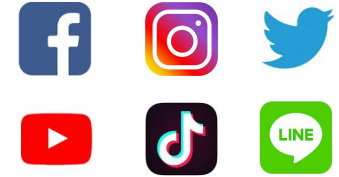
実際の投稿を元に、BESのコンサルタントが投稿へのフィードバックを実施。

- ✓ 受講者全員分の投稿添削を実施するので、投稿者による投稿のクセをなくすることができる。
- ✓ 研修内容を即時にアウトプットすることで定着率を大きくアップさせることができる。

企業様記入欄

BES記入欄

画像	テーマ	投稿案	ハッシュタグ	作成意図	BESチェック	BESチェック意図
	オーガニックおやつ	<p>良質なプロテインで綺麗に栄養補給🌟</p> <p>写真のスイーツ、実はたんぱく質が豊富な『プロテインバー』なんです!</p> <p>しかも、デーツがベースのシュガフリー・グルテンフリー😊</p> <p>デーツは中近東に生息する「ナツメヤシ」の実🌴日本では、あまり馴染みがありませんが、アラブ諸国では「神様の贈り物」と言われ、砂漠の民の貴重な食料として大切にされています。</p>	<p>studiofit</p> <p>パーソナルトレーニング</p> <p>栄養士</p> <p>無添加おやつ</p> <p>健康</p> <p>グルテンフリー</p> <p>ボディメイク</p>	<p>健康志向な方にむけて、スタジオで綺麗に栄養オフイットに通うと定期的に健康的な食品(お洒落で珍しい食品)がプレゼントで貰えることをアピールしたい。</p>	<p>良質なプロテインで綺麗に栄養補給🌟</p> <p>写真のスイーツ、実はたんぱく質が豊富な『プロテインバー』なんです!</p>	<p>・改行や句読点の位置を、読みやすいように修正しました</p> <p>・2行目と3行目で「なんです」が重複しているため、3行目を削除しました</p> <p>・この投稿だけで完結できるように、あまり一般的ではない「デーツ」を「ナツメヤシ」に変更しました</p>
	ロッカー	<p>いつもの透明感ある優しい空間とは1味違う、ラグジュアリー🌟さが際立つStudioFitの更衣室👜</p> <p>木目調がメインのあったかい雰囲気にも癒されますね😊</p> <p>更にロッカーキのストラップにも注目してみてください!</p> <p>1つ1つが手彫りされていてとっても可愛いんですよ~♥</p>	<p>studiofit</p> <p>パーソナルトレーニング</p> <p>栄養士</p> <p>ラグジュアリー</p> <p>お洒落</p> <p>空間</p> <p>綺麗</p> <p>トレーニング</p> <p>癒し空間</p> <p>リラックス</p>	<p>スタジオの透明感があってやわらかい雰囲気とは1味違う、はまた1味違う</p> <p>木の暖かさが感じられ、ラグジュアリー感もある更衣室があることをアピールしたい</p>	<p>いつもの透明感ある優しい空間とは1味違う、🌟さが際立つStudioFitの更衣室👜</p> <p>木目調がメインのあったかい雰囲気にも癒されますね😊</p>	<p>・「温かい」→「あったかい」</p> <p>・「主体の」→「メインの」</p> <p>全体的に漢字が多くて固い印象があったので、一部漢字を無くして和らげました</p> <p>・ハッシュタグが限定的な物が多かったので、下記3点を追加しました</p>



カリキュラム例

企業様ごとにヒアリングをもとにカリキュラム内容をカスタマイズし、
苦手分野の不安をとことん解消します。

	カリキュラム内容	カテゴリ	詳細
1ヶ月目	Instagramを活用した集客①(戦略策定・コンテンツ制作) Twitterを活用した集客②(戦略策定・コンテンツ制作)	コンテンツ ブランディング	写真/動画/テキストの制作 定期的な情報発信 (社の歴史、社会的取組、新店舗情報、など)
2ヶ月目	LINEを活用した集客 Youtube/TikTok(動画)活用・ブログを活用した集客		
3ヶ月目	Instagramを活用した集客②(ユーザーコミュニケーション) Twitterを活用した集客②(ユーザーコミュニケーション)	コミュニケーション	DM/コメント UGC活用ウォール公開(ユーザーポスト許可)
4ヶ月目	キャンペーンを活用した施策 炎上と対策	キャンペーン 炎上防止/対策	店舗連動型キャンペーン/フォロワーの増やし方 炎上パターン/炎上回避/炎上後の適切な対策
5ヶ月目	WEBサイト改善/SNSとの連携 Instagram/Twitter広告(広告出稿・レポート活用・分析)	広告ディレクション	ターゲティング設定/分析/改善
6ヶ月目	総まとめ・苦手項目復習		

集客力UP!
売上UP!

(アカウント開設済企業様の例)

得られる4つのスキル

企業様ごとにヒアリングをもとにカスタマイズし、
SNS担当者に必要な4つのスキルを定着させます。



研修5時間×6回パターン

研修時間	内訳
計30時間	5時間/1回 × 6回(6日間)

日	カテゴリ	前半(午前)2時間	後半(午後)2時間30分
10H 1日目	SNS 戦略策定	・戦略作成①(競合分析、ユーザー把握) ・戦略作成②(ペルソナ作成)	・炎上対策、広告出稿のポイント(ターゲットセグメント) ・クリエイティブ作成、チューニング)
		・ユーザーコミュニケーション(シェア、DM、コメント) ・コンテンツ制作(ストーリーズ)	・コンテンツ制作(通常投稿 テキスト) ・コンテンツ制作(写真投稿)
10H 3日目	Facebook 研修	・コンテンツ制作(動画投稿) ・フォロワーの増やし方	・エンゲージメント率の増やし方 ・Facebookインサイトを活用した分析
		・Facebookの特性を活かしたコミュニケーション方法	・Facebookでの企業情報発信とリクルーティング
10H 5日目	Instagram 研修	・インフルエンサー、マイクロインフルエンサー活用方法 ・コンテンツ制作(通常投稿 動画撮影、編集)	・コンテンツ制作(通常投稿 テキスト、ハッシュタグ) ・コンテンツ制作(通常投稿 写真撮影、編集)
		・コンテンツ制作(ストーリーズ) ・フォロワーの増やし方	・店舗連動型キャンペーン ・Instagramインサイトを活用した分析

※備考: 訓練時間控除対象外の休憩は、1日60分を限度に、適宜実施する。但し、講義間の休憩等は、30分を限度とする。

受講者の変更も可能

10時間ごとに違う受講者にご変更いただくことが可能です。
※前半、後半での変更は不可



研修3時間×10回パターン

研修時間	内訳
計30時間	3時間/1回 × 10回(10日間)

日	カテゴリ	各3時間
1日目	SNS 戦略策定	・戦略作成①(競合分析、ユーザー把握)
2日目		・戦略作成②(ペルソナ作成)
3日目		・炎上対策、広告出稿のポイント(ターゲットセグメント) ・クリエイティブ作成、チューニング
4日目		・コンテンツ制作(通常投稿 テキスト) ・コンテンツ制作(写真投稿)
5日目	Facebook 研修	・コンテンツ制作(動画投稿) ・フォロワーの増やし方
6日目		・エンゲージメント率の増やし方 ・Facebookインサイトを活用した分析
7日目		・Facebookの特性を活かしたコミュニケーション方法 ・Facebookでの企業情報発信とリクルーティング
8日目	Instagram 研修	・インフルエンサー、マイクロインフルエンサー活用方法 ・コンテンツ制作①(通常投稿 動画撮影、編集)
9日目		・コンテンツ制作②(通常投稿 テキスト、ハッシュタグ、写真撮影、編集) ・コンテンツ制作③(ストーリーズ)
10日目		・フォロワーの増やし方 ・店舗連動型キャンペーン ・Instagramインサイトを活用した分析

1 お申込み手続き完了

契約書の締結をさせていただきます。

2 SNS検定の受講

SNS運用における現状把握のため、ご受講者様全員に当社オリジナルのSNS検定を受けていただきます。

3 受講前診断

貴社の現在の運用状況を把握し、貴社にあったカリキュラムをご提案させていただくために、貴社の代表者様 or アカウントが複数ある場合は、それぞれのアカウントの運用責任者様に、受けていただきます。

4 カリキュラム策定

受講前診断の結果を元に、貴社に合ったカリキュラムを設計させていただきます。

5 キックオフミーティング

講義開始前に今後の講義についてのお打ち合わせをさせていただきます。

6 講義開始

講義開始となります。

キックオフミーティング内容

1. SNS検定結果の共有

ご受験いただいたSNS検定の結果をお知らせご報告いたします。
(結果資料あり)

2. カリキュラムの確認

今回の貴社のカリキュラムをご提案させていただきます。

3. 対象アカウントの確認

対象となるアカウントをお聞かせください。なお、対象アカウントは5つまでとなります。アカウントが6つ以上のアカウントをお持ちの場合は、有料にてお受けすることができます。

4. 受講者様の確認

今回ご受講いただく方のお名前と、ご担当されるアカウントをお聞かせください。(恐れ入りますが、Googleアカウントをご準備くださいますようお願いいたします。)

5. 現在の数値確認、KPI仮設定

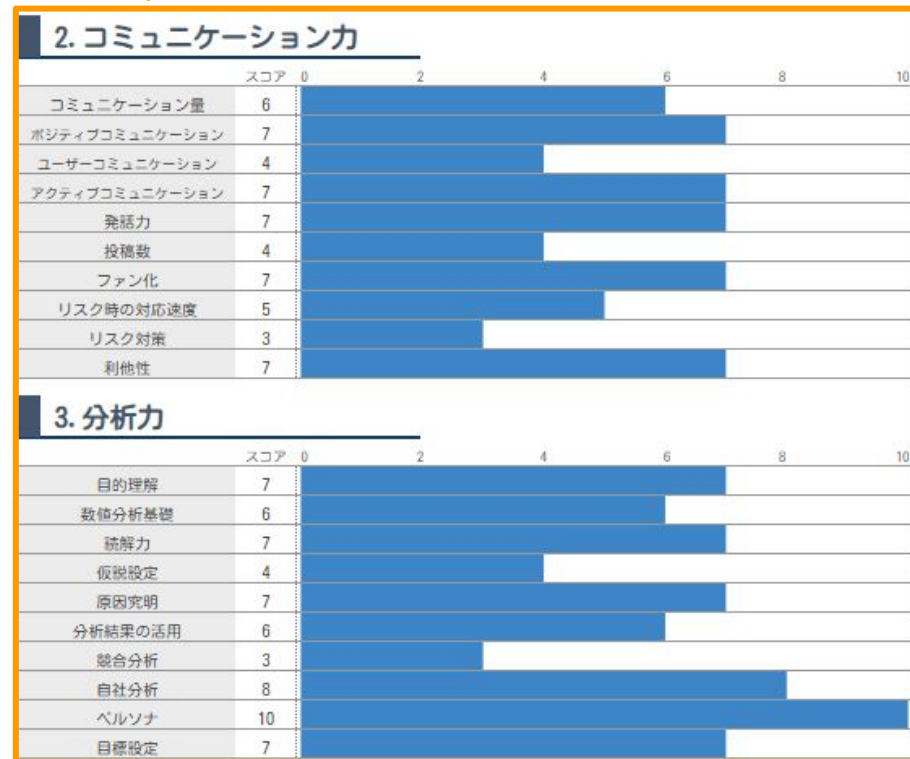
対象となるアカウント(5アカウントまで)の数値(インプレッション数等)を確認させていただきます。SNS運用におけるKPIを仮設定させていただきます(講義の中で必要に応じて再設定する可能性があります。)

SNS検定とは

貴社の現在のSNS運用担当者様のSNS運用スキルを「コンテンツ企画力」「コミュニケーション力」「分析力」「継続力」の4つの観点から分析し、運用力を可視化する検定です。運用効果改善のためにどのスキルにフォーカスして強化すればよいかを把握でき、効率的に運用力を向上させることができます。



項目毎の詳細スコア



● 遠隔での研修が可能

ZOOMやAppearなどウェブ会議ツールを使用して、遠隔にいるスタッフでも研修参加が可能となります。

他の県で研修受講者がいらっしゃる場合は、特に移動費用をかけていただく必要はなくなります。(講師と受講者分)

● 研修日程と人員の変更が可能

研修日程は、研修開始から10時間が完了した時点で変更可能となります。

11時間目以降の研修日程の変更を11時間目に入る前日までに労働局に提出すれば変更は可能となります。

研修で参加する人員も、上記と同様のタイミングで変更可能です。

サービスのお申込み、お問い合わせはこちらにご連絡ください。

 **info@bes-japan.jp**

 **03-6230-9510** (10:00-19:00/土日・祝休業)

運営会社

会社名	株式会社BES(ビーイーエス)
代表取締役	田中 千晶
設立日	2016年7月7日
住所	〒108-0023 東京都港区芝浦3丁目17-11 天翔オフィス田町
事業内容	講演・研修での人材育成支援