



SNSマーケティング総合研究所

〈コースA〉

SNSを活用したセールス プランニングの基礎と実践

(作成年：2024年)

コースA〈SNSを活用したセールスプランニングの基礎と実践〉

～概要説明～

SNSは今や私たちの生活に深く根付き、ビジネスにおいても欠かせないツールとなっています。

しかし、単にSNSを使えば販売が伸びる、というわけではありません。
そこには効果的な戦略と緻密な計画が必要です。

この講義では、SNSマーケティングの基礎から応用まで、段階的に学んでいきます。

SNSの特性を理解し、それを最大限に活かした販売計画の立て方を習得することが目標です。
理論だけでなく、実践的なテクニックやケーススタディも交えながら進めていきます。

～各章の所要時間～

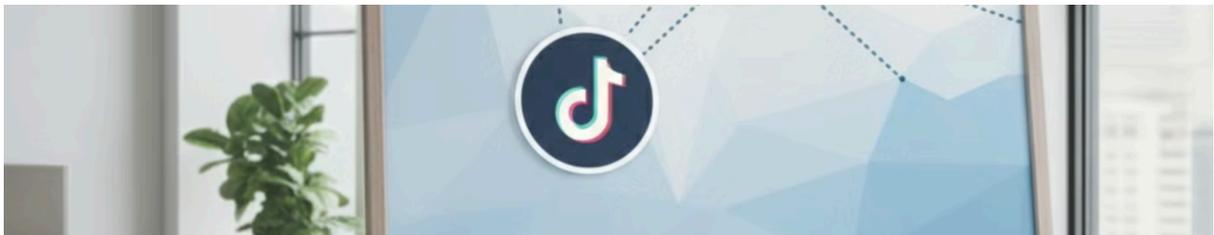
- ・総合動画再生時間：304.8分間
- ・講義内容の標準学習時間目安：914.4分間

・序章「**SNSマーケティングの現状と重要性の把握**」(3分32秒間)



**SNSマーケティングの現状と
重要性の把握**

・第1章「**SNSマーケティングの基本と戦略**」(68分5秒間)



SNSマーケティングの基本と戦略

▷§1.1「SNSマーケティングとは何か、なぜ大切なのか」

▷§1.2「主なSNS(Facebook, Instagram, X(旧Twitter), TikTok, Youtube)の特徴と最新動向について」

▷§1.3「各SNSの利用法と向いている商品やサービス」

▷§1.4「SNSマーケティングで何をめざすか(知名度アップ、顧客とのやりとり、販売増加など)」

▷§1.5「成果の測り方と目標の決め方」

・第2章「ターゲットとなる顧客像づくり」(51分14秒間)



ターゲットとなる顧客像づくり

▷§2.1「SNSユーザーの行動を理解する基本」

▷§2.2「年齢や性別、趣味嗜好で顧客を分ける方法」

▷§2.3「SNS上で似た特徴を持つ顧客をグループ分けする方法」

▷§2.4「理想的な顧客像(ペルソナ)とは何か、なぜ必要か」

▷§2.5「効果的な顧客像の作り方とケーススタディ」

・第3章「投稿内容の作成と計画」(52分45秒間)



投稿内容の作成と計画

- ▷§3.1「SNSで使える投稿の種類(文章、画像、動画、生配信など)」
 - ▷§3.2「各SNSに合わせた投稿の最適化方法」
 - ▷§3.3「多くの反応を得られる投稿のコツとベストプラクティス」
 - ▷§3.4「投稿カレンダーの基本的な作り方」
 - ▷§3.5「効果的な投稿計画の立て方と改善方法」
-

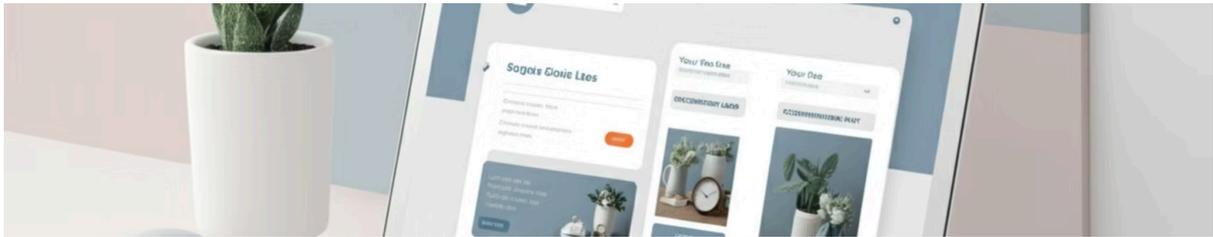
・第4章「SNS広告の作り方と運用」(55分41秒間)

SNS広告の作り方と運用



- ▷§4.1「SNS広告の種類と特徴」
 - ▷§4.2「広告を見せたい人の選び方(興味、行動、似た特徴を持つ人など)」
 - ▷§4.3「効果的な広告の作り方と成功事例分析」
 - ▷§4.4「広告キャンペーンの組み立て方と設定手順」
 - ▷§4.5「広告の成果の測り方と改善方法」
-

・第5章「SNSを使った販売の仕組みづくりと改善」(73分31秒間)



SNSを使った販売の仕組みづくりと改善

- ▷§5.1「SNSを使った販売の基本的な考え方」
- ▷§5.2「商品やサービスを知ってもらう段階でのSNS活用法」
- ▷§5.3「興味を持ってもらい、検討してもらうためのSNS活用法」
- ▷§5.4「購入を決断してもらうためのSNSコンテンツと工夫」
- ▷§5.5「顧客を維持し、ファンになってもらうためのSNS活用法」