



SNSマーケティング総合研究所

〈コースD〉

SNSでのコミュニケーション 戦略の基本と策定

(作成年：2024年)

コースD〈SNSでのコミュニケーション戦略の基本と立案〉

～概要説明～

本講義は、現代のデジタルマーケティングにおいて中核を成すSNSコミュニケーション戦略について、その基礎から実践的な戦略立案まで、体系的に学ぶことを目的としています。

特に、2024年のデジタル環境において、SNSを通じた効果的なコミュニケーションは、ブランド構築と顧客関係性の強化に不可欠な要素となっています。

本講義では、単なるテクニカルな手法の習得だけでなく、戦略的な思考とクリエイティブな表現力の向上を重視し、より深い顧客理解と効果的な関係構築を実現するアプローチを探求します。

～各章の所要時間～

- ・総合動画再生時間：360.8分間
- ・講義内容の標準学習時間目安：1,082.4分間

・序章「AIとSNSを組み合わせた分析手法とその重要性の把握」(9分25秒間)

AIとSNSを組み合わせた分析 手法とその重要性の把握



・第1章「SNSごとのコミュニケーション戦略」(58分間33秒)

SNSごとの コミュニケーション戦略

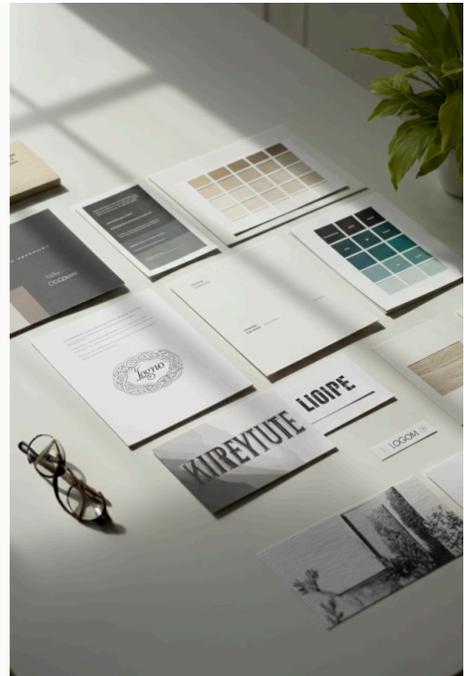


▷§1.1「主なSNSプラットフォームの最新動向と利用者特性」

- ▷§1.2「Facebookでのコミュニケーション戦略:ベストプラクティスと事例」
 - ▷§1.3「Instagramを使った視覚的なコミュニケーション手法」
 - ▷§1.4「X(旧Twitter)での効果的な情報発信と対話の技術」
 - ▷§1.5「TikTokを活用した新しいコミュニケーションスタイルの構築」
-

・第2章「ブランドの個性と一貫したメッセージングの確立」(47分19秒間)

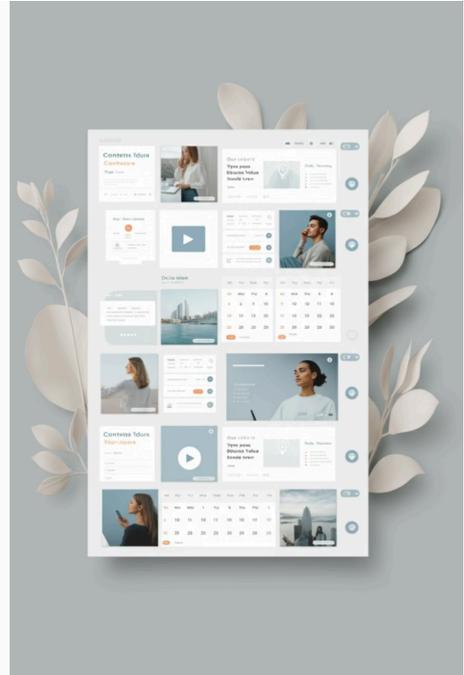
ブランドの個性と一貫した メッセージングの確立



- ▷§2.1「ブランドボイスの定義と重要性」
 - ▷§2.2「ブランド価値観の言語化とストーリーテリング」
 - ▷§2.3「ターゲットオーディエンスに適したトーン設定の方法」
 - ▷§2.4「一貫したメッセージングのためのガイドライン作成」
 - ▷§2.5「異なるSNSプラットフォーム間でのトーン調整技法」
-

・第3章「エンゲージメント向上のためのコンテンツ戦略」(64分6秒間)

エンゲージメント向上のための コンテンツ戦略



- ▷§3.1「SNSエンゲージメントの定義と重要性」
 - ▷§3.2「高エンゲージメントコンテンツの特徴分析と作成技法」
 - ▷§3.3「インタラクティブコンテンツの種類と効果的な活用方法」
 - ▷§3.4「ユーザー生成コンテンツ(UGC)の促進と活用戦略」
 - ▷§3.5「コンテンツパフォーマンス分析と継続的な最適化プロセス」
-

・第4章「インフルエンサーマーケティングの計画と実行」(57分11秒間)

インフルエンサー マーケティングの計画と実行



- ▷§4.1「インフルエンサーマーケティングの現状と効果」
 - ▷§4.2「インフルエンサーの種類と特徴(マイクロ、マクロ、メガ)」
 - ▷§4.3「適切なインフルエンサーの選定基準とリサーチ方法」
 - ▷§4.4「インフルエンサーとの効果的な協業戦略と契約のポイント」
 - ▷§4.5「インフルエンサーキャンペーンの効果測定とROI分析」
-

・第5章「クライシスコミュニケーションとリスク管理」(48分37秒間)



クライシスコミュニケーションとリスク管理

- ▷§5.1「SNS時代のレピュテーションリスクの特徴と事例」
 - ▷§5.2「クライシスコミュニケーション計画の策定プロセス」
 - ▷§5.3「炎上予防のためのガイドラインと従業員教育プログラム」
 - ▷§5.4「炎上発生時の初期対応と長期的な信頼回復戦略」
 - ▷§5.5「AIを活用したリアルタイム評判モニタリングと早期警告システム」
-

・第6章「 SNSを活用したカスタマーサポートの強化」(46分52秒間)



SNSを活用したカスタマーサポートの強化

- ▷§6.1「SNSカスタマーサポートの重要性と利点」
 - ▷§6.2「効果的なSNSサポート体制の構築と運用」
 - ▷§6.3「自動応答システム(チャットボット)の導入と活用」
 - ▷§6.4「SNSを通じた顧客フィードバックの収集と活用方法」
 - ▷§6.5「SNSサポートの効果測定とサービス品質の継続的改善」
-

・第7章「 SNSを活用したコミュニティ構築と管理」(28分45秒間)



SNSを活用したコミュニティ構築と管理

- ▷§7.1「ブランドコミュニティの重要性と効果」
- ▷§7.2「各SNSプラットフォームでのコミュニティ構築手法」
- ▷§7.3「コミュニティ活性化のためのイベントやキャンペーンの企画」
- ▷§7.4「コミュニティマネージャーの役割と必要なスキル」
- ▷§7.5「コミュニティの健全性維持とモデレーション戦略」