

カリキュラム

機構施設名： 奈良職業能力開発促進センター
実施機関名： 株式会社日乃目

D. 情報発信	インターネット活用	SNSを活用した情報発信
----------------	------------------	---------------------

コースのねらい	広報に用いるSNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス)の利用方法と、ネット炎上企業が従業員に与える損害や被害に関する事例を通してSNSに潜む危険性を理解し、SNSの正しい活用方法と情報発信方法を習得する。
----------------	---

	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間(H)
講義内容	1 ■ SNSの活用	(1) SNSサービスの特徴・アカウントについて【演習あり】 自社の情報発信戦略を検討する前に、line、インスタ、facebook、youtube、X、その他業務分野に適したSNS等の利用者層、利用シーンなどを改めて確認して、社員で同レベルの知識を共有する。アカウントについても作成してみる。 (2) 他社事例からヒントを学ぶ 他社事例と共にSNSをきっかけにしたwebサイトへの誘導から自社の効果的な情報発信につながるヒントを見つける。また、アクセス数や自社にとって重要な指標を確認できるようにする。BtoB、BtoC、インフルエンサーマーケティングについて、それぞれ簡単で見栄えがよい画像作成方法を学ぶ【演習あり】 webサイト上で画像作成できるツールを紹介(CANVAを使った商用利用可能画像を使った画像作成、効率的な社内間での作成画像共有方法)する。	1.5
	2 ■ 情報発信	(1) 競合他社の分析【演習あり】 地域内の同業者のwebサイトやSNS活用を分析して、今後行う自社の情報発信との差別化を図る。他社が活用しているSNSの種類や更新頻度、写真の質、文章量、コンテンツなど具体的に把握する。 (2) 自社の営業・認知拡大活動の現状分析【演習あり】 自社で行っている営業・認知拡大活動の強み弱みを把握する。SNSを継続的に活用するための次に行う情報発信計画を念頭に、競合と比較してさらに強化する点や改善点を見つける。 (3) SNS媒体選択、ターゲット分析・コンテンツ企画【演習あり】 顧客との接点は多ければ多いほど良いが、情報発信に割ける社内リソースは限られるため、費用対効果を考慮して最も適切な媒体を検討する。自社のブランドイメージ、リソース、継続性、他社との差別化などを考慮して発信すべきコンテンツを企画する。動画やハッシュタグの活用など、投稿の仕方を実際に検討する。 (4) スケジュール・目標設定【演習あり】 インスタグラムのいいね数など目標値を設定して計画が継続できるように検討する。また、コンテンツ作成者や目標への進捗確認をする担当者を決定する。 (5) モチベーションを高める為の工夫 人間の動機づけの背景を知り、モチベーションが下がらないようにどんな工夫が出来るのか、他社事例も用いて説明する。社内で共通の知識を得ることで、「始めたものの、続けることが出来なかった」という状態を予防する。	4.0
	3 ■ SNSの危険性	(1) SNSの危険性を知る 企業への損害をおよしたり、自社のブランドイメージを毀損しないため、SNS運営のポイントを確認する。	0.5
合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント
SNSの危険性も踏まえながら、積極的に情報発信を行っていく上で、チームとして共に頑張っていけるような目標づくりも意識した。一般的にSNS発信を始めて、すぐに課題として出てくる「継続」を焦点に当てている。成果に繋がるモチベーションの高め方についてもお伝えする。Instagramを中心に採用などで活用する上での初心者や始めたての方でもわかりやすい内容を心掛けた。