

Facebook ページ活用法



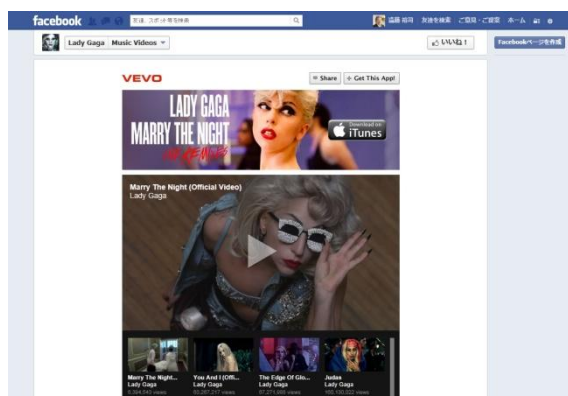
株式会社通信技研

1. Facebook ページ (旧ファンページ) とは?

Facebook ページは、以前は“ファンページ”と呼ばれていました。

Facebook への登録は基本的に個人が原則ですが、Facebook ページでは企業や商品、サービスなどのページを作成して、企業紹介やプロモーション活動を行うことができます。

(1) 実際に、いくつか Facebook ページを見てみましょう。



LADY GAGA の Facebook ページ

Facebook ページを使って新曲のプロモーションや、グッズの販売などを行っています。



マクドナルドの Facebook ページ

マクドナルドは Facebook ページを有効に活用している企業として有名で、Facebook で様々なキャンペーン告知を行っています。



ローソンの Facebook ページ

日本ではローソンが Facebook をうまく活用している代表的な企業です。

新商品などを楽しく紹介し、自然発生的な口コミを生んでいます。

(2)Facebook ページとホームページの違いは？

Facebook ページとホームページの一番の違いは、ホームページが単一方向であるのに対し、Facebook ページは双方向であることです。

ホームページの目的は、「お知らせ」や「キャンペーン告知」ですが、Facebook ページでは告知に対して多くの人からコメントをもらったり、それにお礼や回答をその場で行う「交流」を行うことができ、それこそが双方向の重要な部分です。

そして、交流した情報は Facebook 個人ページに口コミとして伝わる仕組みになっています。つまり、Facebook 個人ページに伝わることで、情報の信頼感を伝えることができ、ホームページでの告知とは異なる効果が得られるのが、Facebook ページ最大の魅力です。

(3)Facebook ページのタイムライン化について

2012年3月31日、全ての Facebook ページがタイムライン化されました。タイムライン化による最大の変更点は、「カバー写真」という、横 851px×縦 315px の写真を掲載できるようになったことです。

この部分↓



カバー写真のサイズは、最大横 851px×縦 315px、最小横 399px です。これよりも小さいサイズの写真を適用すると、何かと解像度が落ちて写真が荒くなる等の不具合が発生しますので、できるだけ上記サイズにピッタリの画像を用意しましょう。

カバー写真は Facebook ページの顔とも言えるるので、少なくともこのカバー写真だけは気を遣って適用するようにしましょう。

【変更点】 ウェルカムページ、ファンゲートのデフォルト表示が不可に

まだ「いいね！」をしていない人が訪れた時に最初に表示されるページを「ウェルカムページ」、
「いいね！」を押すと別のページを表示させることを「ファンゲート」と言います。

Facebook ページのタイムライン化で、ウェルカムページやファンゲートを、Facebook のデフォルトページ(最初に訪れた時に表示されるページ)に設定することができなくなり、個人ページと同様にタイムライン表示がデフォルトとなりました。

ウェルカムページやファンゲートは集客に効果的だったため、タイムライン表示デフォルト化によりマーケティング的には大きなマイナスとなりました。

ウェルカムページやファンゲートを使うには、Facebook 広告のリンク先として設定せざるを得なくなり、Facebook 側が儲けに走ったと考えられます。

※定期的な価値ある情報投稿が重要※

タイムラインデフォルト化により、最初に投稿内容が表示されるので、投稿内容に価値ある内容を定期的に載せることが重要になります。

スマートフォンの普及で、今後も Facebook ユーザー増加が予想されますので、訪問者にとってベネフィットを感じられる情報を発信できないと、Facebook ページを上手く活用することは困難になっていくでしょう。

また、タイムライン化により Facebook 広告の重要性も増してくると思いますが、広告であってもその考え方は同様です。訪問者のベネフィットを提供できるかでどうかでコストパフォーマンスが違ってくるはずです。

Facebook ページは、個人ページと異なり反響を測定することが可能です。測定結果をチェックしながら投稿していけば、必ず効果的な運用が可能となっていきます。

2. 個人ページと Facebook ページの違いとは？

「個人ページ」と「Facebook ページ」の違いについて解説を行います。

(1) 個人ページ

- ・本名でのみ登録が可能。(会社名や商品名、サービス名等での登録はできない)
- ・友達申請が可能。(Max5,000 人)
- ・友達承認された人の個人ページに「いいね！」や書き込みをすることが可能。
- ・「いいね！」をした Facebook ページに書き込みが可能。
- ・インサイト機能(アクセス数やいいね！数を調べる機能)は使えない。
- ・Facebook にログインしている人しか見ることができない。
- ・投稿した内容は、Yahoo や Google に基本的に引っかからない。
(SEO 効果はない)
- ・広告を出すことができない。

※つまり個人ページは、「知り合いだけで情報交換する場」という位置付けです。

(2) Facebook ページ

- ・本名以外で登録することが可能。
(企業名や商品名、サービス名などでの登録ができる)
- ・友達申請はできず、「いいね！」を押してくれた人は、友達ではなく「ファン」として扱われる。
- ・ファンの人数は無制限である。
- ・Facebook ページに投稿した内容は、ニュースフィード(お知らせ欄)に表示される。
- ・Facebook ページから個人ページへの書き込みはできないが、自分の Facebook ページに投稿された書き込みに対して、コメントすることは可能。
- ・他の Facebook ページに書き込みが可能。
- ・Facebook 広告が使用できる。
- ・インサイト(アクセス数やいいね！数を調べる機能)が使える。
- ・Facebook にログインしていない人でも閲覧できる。
- ・投稿した内容は、検索エンジン(Yahoo、Google 等)の検索対象になる。
(SEO 効果あり)

※つまり Facebook ページは、会社の PR や商品告知、サービス紹介などのために活用可能なツールという位置付けで、今までとは違う新しい情報発信ツールである。

3. Facebookページの作り方



こちらのページにアクセスして Facebook ページを作成します。

<http://www.facebook.com/pages/create.php>

会社名、製品、コミュニティなどの中から、該当するものを選びます。



作成が完了したら、住所や連絡先、事業内容（サービス内容）などの詳細を記入していきます。

4. ユーザーネームの取得

Facebook ページを作ったら、「ユーザーネーム」の取得をします。

(1) ユーザーネームとは？

作ったばかりの Facebook ページは、

<http://www.facebook.com/pages/%E6%A0%AA%E5%BC%8F%E4%BC%9A%E7%A4%BE%E3%83%95%E3%82%A1%E3%83%B3%E3%82%AF%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%B3%E3%83%86%E3%82%A3/20595215275266>

というような感じの長い URL になっています。

これだと覚えにくいですし、他人に紹介する際や名刺等に記載するのも困ります。

ユーザーネームを取得すると、この長い URL が、

<http://www.facebook.com/tsushingiken>

と言う様に、覚えやすいサブドメイン的な URL に変更ができます。

(2) ユーザーネームを取得するには？

ユーザーネームは 1 アカウントにつき 1 回だけ無条件で取得可能です。

ただし、2 つ目以降の Facebook ページのユーザーネームを取得する際には、25 人以上から「いいね！」を、ユーザーネームを付けたい Facebook ページにしてもらう必要があります。

Facebook ページを複数作ろうとする場合は、上記を参考に運用してください。



ユーザー名を取得するにはまず、
以下のページにアクセスしてください。



<http://www.facebook.com/username/>

該当する Facebook ページを選択すると、
ユーザー名を設定できます。

**※アカウント認証が済んでいない場合は、
先にアカウントの認証が必要です。**

(3)ユーザー名取得の際の注意

ユーザー名は一度設定すると変更できません。

ですので、どのようなユーザー名にするか熟考してから取得するようにしましょう。

ユーザー名は独自ドメインと同様に、その文字列を見ただけで何のサイトかが分かるものを取得します。

例) 遠藤会計事務所の場合は・・・

<http://www.facebook.com/endo.kaikei>

<http://www.facebook.com/endo.kj> など

例) 鈴木デンタルクリニックの場合は・・・

<http://www.facebook.com/suzuki.dc>

<http://www.facebook.com/suzuki.dental> など

**※ユーザー名は早い者勝ちですので、他の人が使っているものは設定できません。
取得はお早めに！**

5. Facebook ページのカスタマイズ

Facebook ページをカスタマイズして作り込んでいくには、目的や要件に合った Facebook アプリを使うのが早道です。

①Static HTML

「オリジナルコンテンツ」が作れるビジネスアプリ

<http://statichtml.jp/>

②asomin

「ようこそページ」を作成するアプリ

<http://www.facebook.com/asomin>

③neo appsuite

「会社やお店のミッションや想いを伝える」アプリ

<http://www.facebook.com/neo.appsuite>

④モニプラ ギャラリータブ

「商品一覧のカタログを作る」アプリ

<http://fan-app.monipla.jp/>

⑤YouTube

「動画で商品やサービスをアピールする」アプリ

http://www.facebook.com/Hivelocity.inc/app_118029804949801

⑥IFrame

「IFrame で既存サイトを表示する」アプリ

<http://developers.facebook.com/>

⑦お問い合わせフォーム

「お問い合わせページを用意する」アプリ

<https://www.facebook.com/ContactTab>

6. Facebook ページの活用法

「Facebook ページは作ったけど、どう活用すれば良いのか分からない」という声を聞くことがあります。Facebook ページの活用法については様々ありますが、その主要なものを説明します。

(1)メルマガの代用

Facebook ページの「いいね！」を押した人には、その Facebook ページに投稿された情報がお知らせ欄に表示されます。

その機能を利用して、メルマガの代用にする方法があります。

最近ではスパムメールの影響で、PC から携帯に送ったメールが届かないケースが散見されます。それに対し、「いいね！」を押すだけで登録が完了して、しかも PC でも携帯でも閲覧できる Facebook は有用です。

(2)活動範囲を広げるツール

Facebook の最大の魅力的な使用法として、同業者の Facebook ページにコメントし合って、お互いに繋がり、それによって双方の活動範囲を大きく広げる、といった使い方ができます。

(3)広告宣伝ツール

個人ページには無い Facebook ページ独自の機能として、「Facebook 広告」が使えると上記しましたが、この広告は強力なターゲティング機能があります。

例えば「仙台市在住の 40～50 代の女性」というように、特定のターゲットのみに宣伝を行うことが可能になります。これこそが実名主義の Facebook の成せる技と言っても良いでしょう。

(4)フィードバック受信

Facebook ページに「いいね！」をすると、その Facebook ページに書き込みが可能となりますが、例えばこの機能を利用して、リアルタイムのアンケートを行ったりすることが可能です。

アンケートに限らず、見込み客のフィードバックを受けるには最適な機能となります。

(5) お問い合わせフォーム

上記5.「Facebook ページのカスタマイズ」でも記載しましたが、お問い合わせフォームアプリ導入で、容易にお問い合わせフォームの設置が可能となります。

ホームページのお問い合わせフォームは CGI などの設定が大変ですが、Facebook ページのお問い合わせフォームにリンクを張ることで、簡単にお問い合わせフォームとしての利用できます。

7. 最後に

Facebook の特徴は、何より実名であることの情報の信頼性でしょう。

これは最強のマーケティングと言われる“DRM”(ダイレクトレスポンスマーケティング)の進化系と考えることもできます。

これほど簡単に、しかも信頼性が高くコミュニケーションが可能で、しかもレスポンスが得られるのは実名主義によるところが大で、他には無い利点となっています。

また、他の無料ツールの利点と同様に、アプリを自由に開発できることも魅力です。毎日、世界中で有益なアプリが開発され、発表されています。

それにより、新しい応用法が生まれ、さらに進化していく良い循環が生まれます。

この様な現状から多くの人から支持され、まだまだ使われ続けていく SNS であると推察されます。勿論、ネットの世界は一寸先が闇で、半年、一年先に何がデファクトの座にあるのか想像ができませんが、その中に Facebook があることは当面間違いないでしょう。

そんな Facebook を理解する上で、この資料がお役に立てれば望外の喜びです。

※著作権について※

当資料は自由に配布して構いませんが著作権は放棄しておりません。

配布の際は著作権表示を削除しないように願います。

上記の条件を守って頂けない場合は最終的には法的手段を取ることとなり、その後の公開に支障が出てしまいます。

呉々もルールを守ったご利用をお願い致します。

【Facebookページ活用法】

Ver2.1 2013年05月12日

Ver2.0 2013年04月07日

Ver1.0 2013年02月05日

著者： 株式会社通信技研 遠藤裕司