

「ツイッターがビジネスを変える？」

昨日、未来創造志塾にて「ツイッターがビジネスを変える」とのテーマで話をしました。

昨日の塾のレジメを添付します。

もっと詳しく知りたい方はメール下さい。(塾の録音 CD もあります)

企業事例研究 「Twitter がビジネスを変える！」

Twitter 社会論 津田大介 / iPhone とツイッターで会社は儲かる 山本俊之

Twitter とは？

2006 年 7 月開始。2009 年 9 月企業価値 10 億ドル (ユーチューブ 16 億 5000 万ドル買収)

2009 年 8 月ユーザー数 5470 万人 (日本 400 万以上) 2009 年 iPhone 普及

140 文字以内 つぶやき 無料双方向情報受信 マイクロブログ

不特定多数、タイムライン (チャット)...誰かに聴いて欲しい! 共感して欲しい!

ツイッターの価値

「リアルとの親和性」= 感情表現なので実在店舗との親和性が高い!

「消費者行動との関係性」= 買った後の評価 判断 感想が捉えられる!

「制限ある UI 設計」= 企画力での勝負!

---早い、安い、うまいのサービス構築できている! (パケット使い放題プラン 6000 円)

...口コミマーケットに最適、CS 活動サポートに最適

ツイッターの 6 つの特徴

1. 「リアルタイム性」...いま何してる? 「なう」意味のないつぶやき (40%)
実況中継 (ニュース 地震など) 感情、気持ち
「リアルタイム検索」機能。最新の結果から順番に羅列表示される。(G は価値上位から)
...ユーザーのダイレクトな反応がわかる!
2. 「伝播力が強い」
ハッシュタグ #、リツイート RT 機能 検索便利...急速に伝播する!
3. 「オープン性」
シンプル AP 便利...データ公開化 (外部開発)
モバイルツイッターの登場 (携帯電話との相性がよい)
写真添付、音声投稿、用途 API (クライアントソフト)
4. 「ゆるい空気感」
フォロー = 相手の承認を必要としない! = 相互非対称な関係性が前提
#twinomi 「今こんなお酒を飲んでます」
5. 「属人性が強い」
個人の行動や思考がコンテンツ化 情報を選別 (個人の価値判断) 共感・尊敬・共有
中毒性 (人間本来の面白さ)
6. 「自由度が高い」
つぶやく人、ニュースをリンク付きで紹介する人、過去の思い出を振り返る人、
チャット感覚で友達と会話している人、テレビ番組の感想をつぶやく人、
Bot 配信されるニュースを見ているだけの人、自分のブログ更新を流す人...いろいろ
小説、ツイッター中継 (講演、放送、政治 選挙などいろいろ)

企業のツイッター活用事例

DELL :アウトレット限定特売情報割引クーポン (250 万人)

JetBlue 航空 :130 万フォロー

ペプシ、スタバ、K マート、ピザハウス (売上の 15%) 小規模ショップ

グリコ「ドロリッチ」桃ラー

TSUTAYA、ダスキン、マツダ、ソニーPE (映画・DVD)

勝間和代 = 広瀬香美

ECstudio = 社内コミュニケーション向上、ベクトル一致、ガス抜き効果、情報感度

社外とのコミュニケーション、要約力が身に付く、採用のミスマッチが減る

久米繊維工業 = 限定 T シャツ企画販売

脱 web2.0

時間と距離の概念 = パラダイムシフト

2010 年

クラウドコンピューティング (IT の最終形)

ツイッター、iPhone、スマートフォン、Pad、

グーグル・アプス (500 円/月)、G メール、G カレンダー、G ドキュメント、G ビデオ

U チューブ、U ストリーム、スカイプ、HP、ブログ、GPS

企業のツイッター利用の4つのパターン

1. **直接型** 広報・マーケティング利用。販促・集客・C サービス・プレリリース
2. **間接型** 企業内担当個人が情報発信。知名度向上、裏話、エピソード、イメージアップ
3. **内部型** 企業内コミュニケーション向上。ルール決め必要、
ベクトル一致、情報交換。知の共有。社風向上。
4. **情報収集型** モニタリング。情報収集・検索。製品・サービス向上に活かす。

口コミ事例：桃ラー、ドロリッチ、カトキチ、ハイボール、スタバ、広瀬 = 勝間

直販事例：DELL、T シャツ、JetBlue 航空、K マート、ピザハウス、書籍・音楽、TSUTAYA

関係強化：スタバ、ハイアットホテル、シアーズ、米ホンダ、マツダ

広報事例：毎日 RT、政治家、広報 (青森)、音楽家、ネット通販、セミナー告知

中小企業は「社長ブログ」より「社長ツイッター」

= 考え、思想哲学、価値観、行動、人間性がわかる！ (心の距離が近くなる)

興味のある言葉に #keiei #rinen

<コメント>

未来はどうか、だれにもわからない！

ただ、わかっていることがある。それは今と違っているところだ。

そうドラッカー博士が言っています。

ツイッターが 21 世紀のビジネスにどのように影響を与えるか？誰も解らない。

変化があり、変わるという真実だけです。

ガラパゴス化するよりも、変化に自ら対応することが重要です。

行動こそ真実。

「事件は現場で起きているのです！」

…やるか、やらないか、迷った時は…やる！…べし。