

2021年3月25日(木) 株式会社ホットリンク

ホットリンク、マーケティング本部による電子書籍『データで見抜く SNS マーケティングの罠』が3月30日より発売

SNS マーケティング支援を行う株式会社ホットリンク（本社：東京都千代田区、証券コード：3680、代表取締役グループ CEO：内山幸樹、以下ホットリンク）の、当社マーケティング部の「私がエレン」による MarkeZine 連載『データで見抜く SNS マーケティングの罠』が、株式会社翔泳社（MarkeZine Digital First）より3月30日に電子書籍が出版されることを発表します。

【背景および内容】

ホットリンクは、「ソーシャルメディアマーケティングにスタンダードを創る」をビジョンに、売上アップにつながる再現性の高い SNS マーケティング支援を行っています。ソーシャルビッグデータ分析から導き出した洞察と、UGC 活用を中心とする独自の SNS マーケティングノウハウを用い、多種多様な企業の「売上アップにつなげる」SNS 活用をサポートしています。



※UGC・・・User Generated Contents(ユーザー生成コンテンツ)の略称。SNS での投稿やブログ商品レビューなどのユーザー発信のクチコミを意味します。

昨今の Cookie 規制や個人情報保護法の整備などにより、従来のデジタル広告施策を継続するにはハードルが高くなると予想されています。一方、SNS 上に集まる一般ユーザーの UGC（クチコミ）は、こうした規制による影響を受けないため、UGC を活用して購買を促す SNS マーケティングに注力する企業は増加しています。

SNS を活用したマーケティングに対して誤った固定観念を持っている企業は、今なお少なくありません。数々の固定観念を払拭し、正しい SNS マーケティングを実行していただけるよう、データとロジックをもとに 1 冊にまとめ上げたのが本書です。SNS の特性を正しく理解し、日々のマーケティング施策に落とし込めるようなヒントを 5 つの章に分けて解説し、罠に陥らないためのナレッジを紹介しています。

【書籍情報】

タイトル：データで見抜く SNS マーケティングの罠 (MarkeZine Digital First)

私がエレン 著

定価：本体 700 円（税別）

発売日：2021-03-30

形式：電子書籍

ISBN：9784798170091

翔泳社の書籍紹介ページ：<https://www.shoeisha.co.jp/book/detail/9784798170091>

Amazon：https://www.amazon.co.jp/s?k=9784798170091&i=digital-text&tag=shoeshacom-22&ref=nb_sb_noss

●目次：

第 1 章 SNS マーケにありがちな“3 つの失敗”

成果を出すために不可欠な KPI 設計とは

第 2 章「SNS マーケティング＝アカウント運用」という固定観念からの開放

“N 対 n 発想”が成功確率を高める

第 3 章 有名人だけがインフルエンサーではない！

情報拡散の鍵となる「質の高いフォロワー」とは

第 4 章 無視できない「ダークソーシャル」の UGC

見えないデータと向き合うための想像力とは

第 5 章 SNS でモノは買われているか？

フライホイール型の購買行動「ULSSAS」を理解する

【著者プロフィール】

私がエレン（わたしがえれん）

株式会社ホットリンクのライター／編集者。前職の人材ベンチャー企業では、複数のオウンドメディアで編集・ライティングや SNS 運用を担当。現在はホットリンクにて SNS マーケティングのノウハウを発信すべく、オウンドメディア運営やコンテンツ制作、広報に従事。

著者 「私がエレン」のコメント

実際のデータや具体的な事例紹介、図解なども盛り込み、SNS マーケティング初心者の方にもわかりやすくお読みいただけることを意識しました。すでに社内の SNS 運用に携わっている方や、活用を推進している方にとっては、「だから上手くいかなかったのか！」「定めるべき焦点はここだったのか！」「施策の切り口はこんなに多様だったのか！」といった気づきを得ていただけるかと思われま

そもそも、どのようなメカニズムで拡散が起きているのか？

SNS の KPI は、本当に「フォロワー数」に依拠してよいものなのか？

SNS の台頭によって変化した消費者の購買行動に、企業はどのように向き合っていくべきか？

など、SNS を活用したマーケティングを実行するうえで見落とされがちなポイントを多く拾っています。

本文中でも言及しておりますが、SNS を活用したマーケティングは「マーケティング」全体像のなかの一部です。マーケティング全体戦略のなかの「手段」のひとつとして SNS を位置づけたとき、考えられる打ち手の幅は、もっと広がっていくはず

マーケティング戦略や施策、そして日々の業務の振り返りと改善点の発見などにも、お役立ていただける一冊となっています。幅広くご活用いただき、読者の皆様の業績に少しでも寄与できれば幸いです。

■株式会社ホットリンクについて（証券コード：3680 東証マザーズ）

「ソーシャルメディアマーケティングにスタンダードを創る」をビジョンに、SNS マーケティング支援サービスを提供しています。最先端の AI（人工知能）技術を搭載したソーシャル・ビッグデータ解析ツールと、独自の売上アップにつながる SNS 活用メソッドにより、クライアントの販売促進・認知拡大に繋がるソーシャルメディアマーケティングを支援します。

設立日： 2000年6月26日

代表者： 代表取締役グループ CEO 内山 幸樹

本社所在地： 東京都千代田区富士見一丁目3番11号 富士見デュープレックスビズ

事業内容： SNS マーケティング支援

URL： <https://www.hottolink.co.jp/>

■本リリースに関するお問い合わせ

株式会社ホットリンク 広報担当 室谷（むろや）

東京都千代田区富士見一丁目3番11号 富士見デュープレックスビズ5階

TEL：03-6261-6932

MAIL: hotto@hottolink.co.jp