



Living起業アカデミー アドバンス STEP3

コミュニティを活性化させる実践Facebook講座

TAKAKO TAKAHAHI PRESENTS

コミュニティを活性化させる実践Facebook講座

1

Facebookマーケティングの基礎知識

2

Facebook個人ページとFBページと
FBグループの違いと活用

3

FBページ基本設計 企画運用実践

4

FBグループ基本設計 企画運用実践

5

Facebook 広告の活用

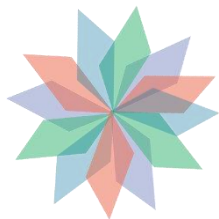
6

Facebook ライブの活用実践



Welcome!!

STEP1のテーマは【[コミュニティ活性化実践Facebook講座](#)】



CONTENT 1

Facebookマーケティングの基礎知識

Facebook活用のメリット

- ①実名登録なので**信頼構築**しやすい
- ②登録費、会費無く**広告媒体**として活用
- ③**コミュニティ**が作りやすい
- ④**世界規模**のSNS
- ⑤**他メディア**との連携が簡単
- ⑥**見込み顧客**を見つけやすい



Facebookの歴史



マーク・ザッカーバーグは2004年に
フェイスブックを創業。

元々はハーバード大学の学生の交流のために
作ったサークル

20年現在、会長・CEOを務める。

フェイスブックは世界に約24億ものユーザーを抱える、
世界最大規模のネットワーキングソーシャルサービスである。

ザッカーバーグはフォーブスの世界長者番付の常連
であり、その保有資産額623億ドルにもものぼる。

「Facebookはコミュニケーションツール」
という思想が根底にある

Facebookの今後の展開

業界の中でのFacebookの通り名



インターネット界のマフィア

時代の流行を取り込む

Twitter.LINE.YouTube.Instagram

Facebookの基本機能

★エッジランクが高い友達に優先して表示
(投稿は友達の15%~30%程度の到達率)

- ①いいね！&コメント など アクション頻度
- ②ニュースフィード、タイムラインの滞在時間
- ③投稿からアクションまでの速さ
- ④新しい友達(相手のエッジランクも高い)



Facebookとのエッジランク



- ① Facebookを**どれだけ**利用しているか
- ② **いいね**や**コメント**をもらっているか
- ③ **外部メディア**に**誘導**していないか
- ④ **利用規約**をしっかりと守っているか

<https://www.facebook.com/legal/terms>

Facebook個人ページを整える

- ①個人ページ
- ②基本データ
- ③設定

The screenshot shows a Facebook profile for Takahashi Takako (高橋 貴子). The profile picture is a woman in a white dress. The cover photo features a woman in a white dress with the text: "飛常識な 教室開業集客コンサルタント 女性の自宅教室開業と集客をサポート ビジュアルブランディングはお任せください". The profile name is "高橋 貴子" with 2,722 friends. The navigation menu includes "投稿", "基本データ", "友達", "写真", "ストーリーアーカイブ", "動画", and "その他". A notification about COVID-19 vaccine information is visible. The "自己紹介" (About) section describes her as a business consultant. A post from 13 hours ago mentions an online lesson.

飛常識な
教室開業集客コンサルタント
女性の自宅教室開業と集客をサポート
ビジュアルブランディングはお任せください

カバー写真を編集

高橋 貴子
友達2,722人

ストーリーに追加 プロフィールを編集

投稿 基本データ 友達 写真 ストーリーアーカイブ 動画 その他

プロフィール写真に新型コロナウィルスワクチンフレームを追...
誰でもパンデミックの終息に貢献できます。プロフィール写真にフレームを追加しよう。新しい写真を見た友達にできるだけ早めのワクチン接種をすすめることができます。

ワクチン情報を見... 試す

その気持ち、シェアしよう
写真・動画 友達をタグ付け ライフイベント

投稿 フィルター 投稿を管理
三リスト表示 グリッド表示

自己紹介
飛常識な教室開業集客コンサルタント。女性の自宅教室開業と集客をサポート。7つの顔を持つ異色の経営者。WEB・デザイン・数字に強い教室作りが特徴。音楽とセミナーが融合したサックスライブセミナーが人気。

自己紹介を編集

高橋 貴子
13時間前
【4人の先生のオンラインレッスン 無料プチ体験】
いよいよ明後日 15日 13:00スタートです。
YouTubeライブなのでお気軽にいらしてくださいね

全国の人気教室を気軽にオンラインで体験する
山形県鶴岡市野菜の恵み

Facebookの運用目的

見込み顧客に自分の投稿を見てもらう事

①エッジランクを意識する

②どんな友達に投稿が届いている？

③どんなアクションとって
もらっている？

④一貫性のある投稿でブランディングできてる？



The image features a central white circle containing the text "Content 1" and "END". This circle is surrounded by a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. The background is white, with additional clusters of these colorful triangles in the top-left and bottom-right corners, and a cluster of grey triangles in the bottom-right corner.

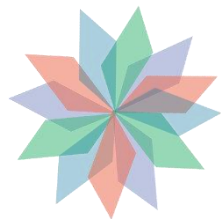
Content 1

END



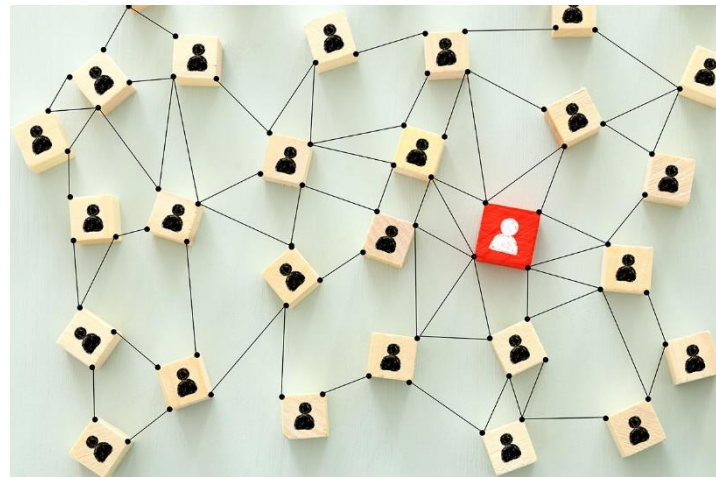
CONTENT 2

Facebook個人ページとFBページと FBグループの違いと活用



個人ページで見込み客を集める

- ① 個人ページをしっかりと作る
- ② 見込み顧客が集まる場所をリサーチ
- ③ いいね！をくれる友達を集める
- ④ 反応が出やすい投稿を意識する



個人ページの作り込み

- ①肩書
- ②キャッチコピー
- ③カバー写真



第一印象で「誰のための、何をやっている人か」をわかるように

見込み客が集まる場所リサーチ

①同業種のターゲットが被る「**影響力のあるユーザー**」を探し、その方の投稿に「**いいね!**」をしている人をチェック

基準:1回の投稿平均いいね数
100~150

検索:**FBの検索窓**
/FBの友達の友達 /**検索エンジン**



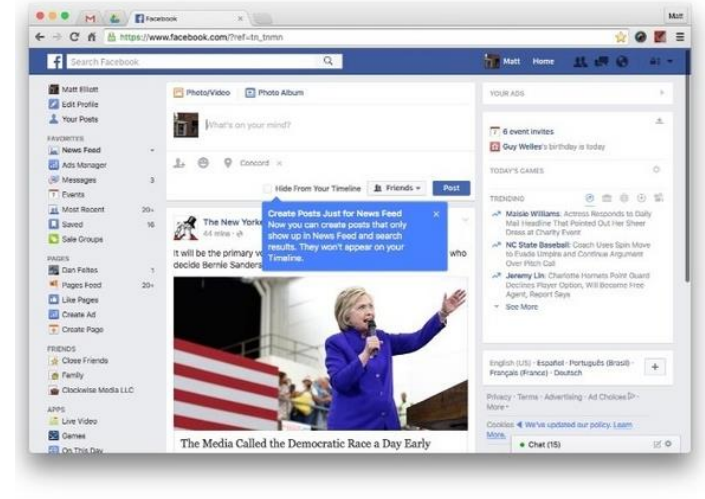
②チェックした**影響力のあるユーザー**に対して**超いいね!**など**をしている人に友人リクエスト**をする

※友人を増やしている期間は、最低でも1日1投稿する

反応を上げる投稿をする①

見られる投稿・反応される投稿を意識する

未来の生徒さんが
アクセスしやすい時間に
アップする



反応を上げる投稿をする②

- ① **コメントする時間帯**を意識する
- ② **タグ付けの時の注意点**
- ③ **投稿の種類** ごはん・子ども・
ペット・記念日
- ④ **見やすい投稿** スマホを意識
1行21文字以内 改行は全角スペース

本当は、今日は新居で迎えられるはずだったんだけど、工事のスタートが遅れたので、入居も遅れてしまったけれど、きっとそれも意味のある事なんだろうな。
あと2週間、すっかり新しくなった元の家に戻って気持ちも新たに再スタート。
そんな大きな節目になった52歳のバースデー。
お世話になった方々に感謝しつつ、60歳に向けてあと8年走り抜けます！
追伸：写真は、かっちょよくて勇ましい女性をイメージしたアイキャッチを作ってみました。w



孝子富藤、田中 嘉代子、他276人

コメント225件

Facebookの今後の方針



2019年F8カンファレンスでの発表

Facebookはプライベートな空間を大切にする

個人ページの拡散力ダウン

Facebookはプライベートな空間を大切にする



親しく交流がある人だけに記事が拡散される



個人ページは拡散されにくくなる。。

代わりに FBページ & FBグループが台頭する

FBページとFBグループの違い



人気自宅教室 集客の教科書
@livingkaiyo コンサルティング会社

詳しくはこちらを編集

<FBページ>

誰でもアクセス可
(FBユーザーでなくても)

検索エンジンにヒットする

一方的な情報発信

いいねしてくれた人は
「ファン」



女神のTeaSalon

プライベートグループ / メンバー40人



詳細を見る 招待する

<FBグループ>

メンバーしかアクセスできない

Facebook内の検索のみ

双方間のコミュニケーションが
とりやすい

参加してくれた人は
「メンバー」

Facebookページ

個人ページから作成可能なブランドページ



① いくつでも作成可能

② 複数人で運用可能

③ 投稿を広告に出せる

④ ブランディング、

コンテンツサイトとして活用


Facebookグループ

個人ページからFBページから

作成可能なグループコミュニティ



- ① いくつでも作成可能
- ② 複数人で運用可能
- ③ グループ内での情報共有
- ④ コミュニティ運営のための機能が充実



FB個人ページまたは FBページを作ってみましょう！

実際にあなたの個人ページかFBページを作成してみましょう！



作り込みのポイントを押さえて
ページを作成してみましょう！

両方作れる方は両方
トライしてみてください

The background features a central white circle containing the text. Surrounding this circle is a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. Additional clusters of these triangles are located in the top-left and bottom-right corners of the slide.

Content 2

END



CONTENT 3

FBページ基本設計 企画運用実践

Facebookページと個人アカウントの違い①

①登録内容

●個人用アカウント

個人の実名での登録が必須。

私的利用と用途が限定されているので、

商品名やサービス名では登録できません。また、実名登録と併せて、

1人のユーザーにつき登録アカウントは1つとすることが大原則と

なっています。

●Facebookページ

任意の名前で登録が可能です。1人のユーザーが複数のFacebookページを作成することも認められています。



人気自宅教室 集客の教科書

@livingkaigo - コンサルティング会社

詳しくはこちらを編集

Facebookページと個人アカウントの違い②

②管理者



●個人用アカウント

自分のパスワードを共有したり、自分のFacebookアカウントに他人をアクセスさせたり、または自分のアカウントを他人に譲渡しないこと」と定められています。1つの個人用アカウントを複数名で管理・運用することはNGです。

● Facebookページ

複数のユーザー(個人用アカウント)で管理・運用することができます。「管理者」「編集者」「モデレーター」「広告管理者」「アナリスト」の5種類の役割が用意されており、ユーザーごとに付与したい権限に応じた役割を設定できます。

Facebookページと個人アカウントの違い③

③友達申請

●個人用アカウント

他のユーザー(個人用アカウント)に友達申請を送ったり受けたりすることができます。
友達は相互承認制で、友達になると、タイムラインやストーリーズにお互いの近況が表示されるようになります。

●Facebookページ

他のユーザー(個人用アカウント)と友達になることはできません。
代わりに、ユーザー(個人用アカウント)から「いいね！」やフォローを受けることによって、ユーザーのタイムラインに表示されます。運用しているFacebookページについて、自分の個人用アカウントの友達に「いいね！」をリクエストすることができます。



Facebookページと個人アカウントの違い④

④個人への「いいね！」やコメント

●個人用アカウント

個人用アカウントの投稿にも

Facebookページの投稿にも、

「いいね！」したりコメントしたりできます。



● Facebookページ

自他問わずFacebookページの投稿に対しては「いいね！」したりコメントしたりできます。個人用アカウントの投稿に対しては、どちらもできません。

Facebookページと個人アカウントの違い⑤

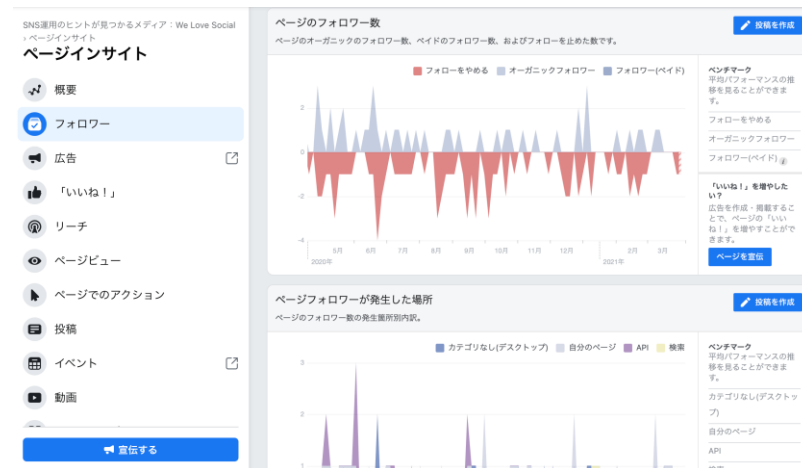
⑤ 広告配信・予約投稿・インサイト

● 個人用アカウント

- ・ 広告配信: 配信できない
- ・ 予約投稿: 予約投稿できない
- ・ インサイト: インサイト確認できない

● Facebookページ

- ・ 広告配信: 配信できる
- ・ 予約投稿: 予約投稿できる
- ・ インサイト: インサイト確認できる。
(ページビュー、投稿のリーチ数、エンゲージメント、属性など)



Facebookページを作成するメリット

- ① **低コスト**で運用可能
- ② **ファンを獲得**できる
- ③ **実名での登録が必要**なため
炎上しにくい
- ④ **複数名**で運用可能



Facebookページ運用方法

- ① **フォロアー**を獲得する
- ② **ターゲット**を明確にする
- ③ 何が**ゴール**か意識する
- ④ **トップ固定**も活用

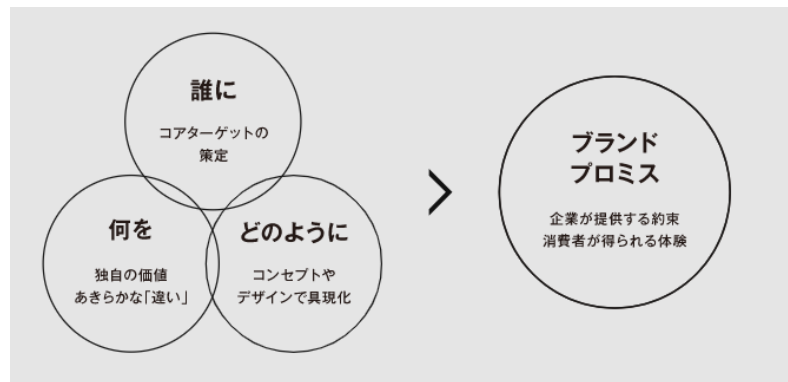


Facebookページ継続のコツ

① ターゲットがはっきりしている
⇒「誰に？」

② Facebookページの目的がはっきりしている
⇒「何を？」

③ あなたが楽しんでいる
⇒「どのように？」



Facebookページ運用のコツ

- ① Facebookのアルゴリズムを理解
⇒「ユーザーにとって価値ある情報」
- ② 地道な運用
⇒「ページに対する信頼や共感」



まだ買ってないけど**関心のある人**、
もともと**関心のない人**にもアプローチできる



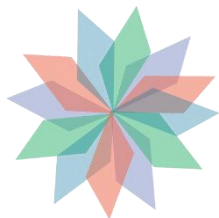
Content 3

END



CONTENT 4

FBグループ基本設計 企画運用実践



Facebookグループは特定の人と交流できる



独自のコミュニティ グループで交流を深められる



教室の生徒さんのグループや
会員制グループでの運用に便利



Facebookグループの活用メリット-1

- ①共通の関心事を持つ人同士のコミュニティを作れる
=まだまだ顧客の滞留場所として便利
- ②特定トピックについて情報提供・交換ができる
=ディスカッション機能で情報交換コメントができる
=会員制のグループ運営に便利

Facebookグループの活用メリット-2



③ イベント作成・告知して交流を図れる

= まだまだ顧客の親密度を増す場所として便利

④ 公開範囲を設定できる

= 公開・プライベートの使い分け



Facebookグループでできる事

①ファイル・ドキュメント共有機能

= 動画・写真・word・Excel
などファイルのやり取り可能

②アンケート機能

= 質問と回答で、全員の回答を一覧で見れる

③ライブ機能

= グループ内だけのライブの開催ができる



Facebookグループの作成

①ご自身のアカウントの左側の
グループから「+新しいグループを作成」

②グループを作成

グループ名・プライバシー設定・友達を招待

③カバー写真を設定



Facebookグループの機能-1

①情報

グループの説明やメンバー情報、最新の投稿、
グループに投稿された写真など**グループの全体像を確認**できます。

②ディスカッション

グループページへアクセスするとデフォルトで表示される項目です。

ディスカッションは、**個人アカウントやfacebookページ**
でいう投稿のタイムラインです。

グループのメンバー同士で特定トピックについて情報を発信したり、
意見交換をしたりするときに使います。

③アナウンス

グループで開催するイベントなどを告知できるところです。アナウンスに投稿すれば、メンバーへその投稿の通知が「アナウンス」として届くようになります。参加必須のイベントや積極的に参加してほしいイベントの告知に有効です。



Facebookグループの機能-2

⑤ルーム

ルームでは、グループメンバーがビデオチャットで交流できます。

グループの管理者が許可した場合、メンバーはルームを作成できます。ルーム作成者は、グループ全体にルームを公開するか、招待を受け取ったメンバーだけにルームを公開するかを選択できます。また、ルーム作成者はルームへの参加リクエストをしたメンバーを承認できます。

⑥トピック

グループでトピックを作成するには、投稿内のキーワードまたはフレーズにハッシュタグを追加します。そうすると、グループの投稿のトピックやフレーズがクリックできるリンクになり、他のグループメンバーが興味を持っているトピックを見つけやすくなります。グループメンバーは、1つの投稿に最大30個のトピックを追加できます。投稿内のキーワード内にハッシュタグ設置#



Facebookグループの機能-3

⑦メンバー

グループに参加しているメンバー、グループの管理者とモデレーターを確認できます。

⑧その他

イベント

イベントページでは日時や開催場所を一目で確認できるので、主催者側から状況を共有しやすいです。参加・不参加の集計が行えるだけでなく、他のユーザーをイベントに招待したり、投稿を通しての連絡事項の共有も行えます。

メディア

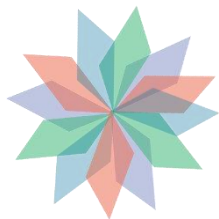
グループのディスカッションに投稿された写真やアルバム、動画などのメディアを閲覧できるところです。

ここで写真をまとめてアルバムを作ったり、動画を投稿したりすることもできます。

The image features a central white circle containing the text "Content 4" and "END". This circle is surrounded by a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. The background is white, with additional clusters of these colorful triangles in the top-left and bottom-right corners, and a cluster of grey triangles in the bottom-right corner.

Content 4

END



CONTENT 5

Facebook 広告の活用

Facebookページからの広告出稿



認知度を高める
スピードを上げるために
広告を活用してみる



教室業の先生には
投稿を宣伝
イベントを宣伝
がおすすめ

広告のタイプ	ビジネスの目的
ページを宣伝	ビジネスやサービスへの認知度を高め、ページへの「いいね！」を増やします。
近隣エリアにビジネスをアピール	ビジネスの近隣エリアや特定の市区町村に住む人にリーチします。
投稿を宣伝	投稿に反応する可能性の高い利用者にリーチします。このエンゲージメントには、広告に対するリアクション、コメント、シェアなどのアクションが含まれます。
動画投稿を宣伝	ビジネスの動画を視聴する可能性が高いFacebook利用者に、その動画のシェアを促します。
イベントを宣伝	近日開催予定のイベントに興味を持ってもらい、イベントへの参加を促します。
コールドタッチアクションボタンを宣伝	[今すぐ購入]、[メッセージを送信]、[登録]など、ページのコールドタッチアクションボタンを利用して、特定のアクションを促します。
ウェブサイトへのアクセスを増やす	自分のウェブサイトのホームページやブログ投稿など、特定のURLに利用者を誘導します。
アプリを宣伝	ビジネスのアプリのダウンロードを促します。
リードを増やす	ビジネスや商品に興味を持つ利用者を見つけ、連絡先情報の登録を促します。
ウェブサイト購入を増やす	商品やサービスのオンライン購入を促進します。

投稿ページの広告出稿-①

- ①FBページを開く
- ②宣伝する投稿を決める
- ③投稿を**宣伝** ボタンを選択
- ④オーディエンス・合計予算
・期間・支払い方法 を選択
- ⑤記載したら「**宣伝**」を選択

投稿ページの広告出稿-②

投稿を宣伝

目標

この広告ではどのような結果を期待しますか？



自動

設定に基づいて、Facebookが最も関連性の高い目標を選択します。

変更

ボタン

ボタンラベル
メッセージを送信

ウェルカムメッセージ

広告をクリックした人にMessengerで表示するウェルカムメッセージを設定できます。詳しくはこちら

ウェルカムメッセージを編集

オーディエンス

広告のターゲットを設定

スマートオーディエンス

ビジネスに関心がありそうな人にリーチできるように、Facebookがオーディエンスをカスタマイズします。

ターゲットとして選択した人

ページに「いいね！」した人

ページに「いいね！」した人とその友達

女性起業家2

オーディエンス詳細

地域 - 居住地 日本: Aichi Prefecture; Chiba Prefecture; Hyōgo Prefecture; Ibaraki Prefecture; Kanagawa Prefecture; 京都市 (+40 km) Kyoto Prefecture; 長野県 長野市 (+40 km) Nagano Prefecture; 大阪市 (+40 km) Osaka Prefecture; Saitama Prefecture; Shiga Prefecture; Shizuoka Prefecture; 栃木県 栃木市 (+40 km) Tochigi Prefecture; Tokyo
年齢 30歳~65+歳
性別 女性
次の条件に一致する人 興味・関心: 料理、教室、パン、花または菓子

女性起業家

すべて見る

新規作成

期間

日

7



終了日

2021/09/25

合計予算

1日の推定リーチ: 300~866人

¥ 3,500



配信

Facebook、Messenger、Instagram



Facebookピクセル

ピクセルがありません



支払い方法

Visa・5199

イベントページの広告出稿-①

- ①FBページを開く
- ②宣伝するイベントを決める
- ③投稿を**宣伝** ボタンを選択
- ④オーディエンス・合計予算
・期間・支払い方法 を選択
- ⑤記載したら「**宣伝**」を選択

The image features a central white circle containing the text "Content 5" and "END". The background is decorated with a circular arrangement of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. There are also some triangles in the corners, including a grey one in the bottom right.

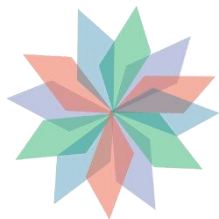
Content 5

END



CONTENT 6

Facebook ライブの活用実践

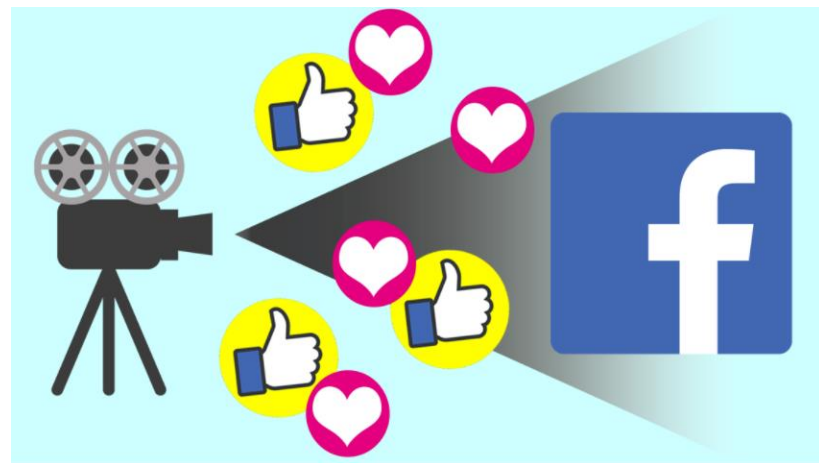


Facebookライブとは

Facebookライブとは、
Facebook上に動画を
リアルタイムで配信できる
サービスのこと
Instagramライブのように

PCでもスマートフォンでも動画の配信・閲覧が可能

視聴者数・ユーザー名・
コメントもリアルタイムで確認可能



Facebookライブ活用メリット

- ①年齢層が高い人たちにアプローチできる
- ②新たなユーザーとのつながりが期待できる
- ③ユーザーとのコミュニケーションがとれる
- ④ライブ配信後もシェアできる



Facebookライブ配信の場所

- ①個人アカウント
- ②Facebookページ
- ③Facebookグループ

この3カ所で開催できます。



スマホでも、PCでもどちらでも配信できますが、画面操作を考えるとPCがおススメです。

Facebookライブ配信方法-PC編

①ライブ 作成のボタンをタップ

②すぐに始める場合は、
開始でスタートできます。

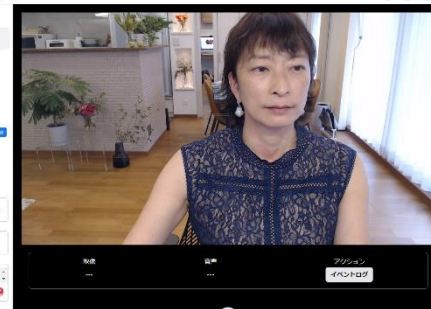
日時指定もできます。

カメラを使用を選びます。

タイトルを決めます。

③公開範囲を選びます。④配信スタート

※ZOOM経由で行うこともできますが、ダウンロードしたい場合はやめておいた方がいいです。アプリでダウンロードできないため



Facebookライブ配信方法-スマホ編

① **ライブ動画** のボタンをタップ

② **タップして説明を**

追加することもできます

友だちタグ付けも可能

③ **公開範囲**を選びます。

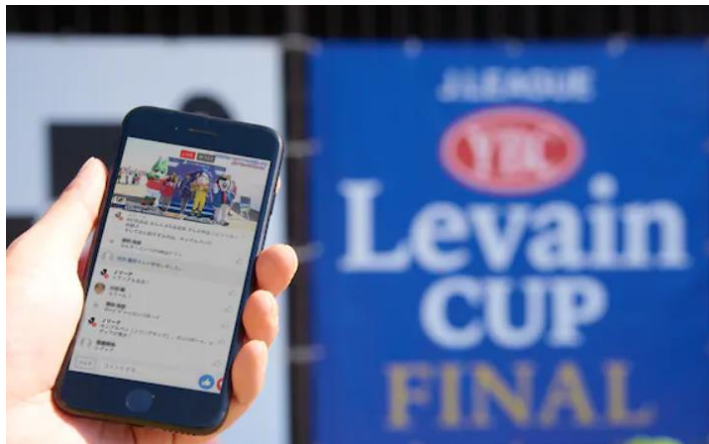
④ **配信スタート**

ライブ完了したら、配信画面右下の「完了」で
配信が終了します。



Facebookライブ配信 成功のコツ

- ① **配信時間**を考える
- ② 事前に**ライブ配信の告知**を行う
- ③ 視聴者が**楽しんでもらえる企画**を用意する



Facebookライブ配信 注意点

- ① ライブ配信のテストを行う
- ② 視聴者の質問やコメントにはできるだけ反応する
- ③ ライブの最後の導線を決めておく



迷っているならスロに相談！

「何からはじめたらいいの？」
予約が毎月減る、どうする？」
「私の集客あってるの？」

15分無料相談はコメントから

新刊絶賛
ご予約受付中!

今からでも遅くない!
オンライン集客をマスター



@TAKAKO555

The image features a central white circle containing the text "Content 6" and "END". The background is decorated with a circular arrangement of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. There are also some triangles in the corners, including a grey one in the bottom right.

Content 6

END