



## SNSの活用について

株式会社クリエイート  
営業部 佐藤 壮

今ではあらゆる業種業態でSNSの活用事例が散見されます。通信事業、宿泊業、製菓業などにおいて秀逸な成功事例は多くあります。総務省の発表によると、2018年1月時点での主要なSNS利用者数は左記の通りです。

- LINE 7500万ユーザ
- Twitter 4500万ユーザ
- Facebook 2800万ユーザ
- Instagram 2000万ユーザ

各SNSプラットフォームごとの年齢層を考察すると、20〜40代が圧倒的なボリュームゾーンであり、総じて50代から徐々に利用率が減少します。ある意味でゴルフアターのボリュームゾーンとは反比例の利用動向と言えます。マーケットリダーとなるゴルフアター世代の利用率が低い点、ここは根本的な障壁となります。

ソーシャルメディアマーケティングの重要性が認識されている中で、ゴルフ場業界におけるSNS活用状況はいかがでしょうか。弊社では既存のお客様へサポート・サービスの一環として担当者による定期訪問を実施しております。基幹システムの有効活用はもちろんの事、WEBの実績報告に至るまで、ゴルフ場の現場に伺い各部署をサポートするという確固たる体制を築いております。

その一環として、アクセス解析ツールを利用した分析結果から現状報告を実施しております。注力すべきはTOP PAGEからSNSへの行動フローを重視し、「顧客自らがゴルフ場へ近寄ってくる」施策の立案と魅力的なコンテンツの構築です。

SNSの持つ本来の強みは、既存顧客や見込み客がフォロワーとなることで自然と拡散を重ねて強大なフ

ォロワー網を形成し、さらなる新規顧客へリーチしていく事です。

かつてはPUSH型のSNSが主流でしたが、PUSH型の通知は顧客にとって煩わしくもあり敬遠されかねません。SNSの潜在力ともいえるPULL型の発信、つまり魅力あるコンテンツを「フォロワーが気付き、拡げて、コミュニティを形成」する。作り手は顧客が主役となるよう宣伝は抑えて、売込み色は控えめにします。

あるゴルフ場では魅力的なSNSを切り口にフォロワーを徐々に拡げて、今では相当なコミュニティ網が形成されました。その効果もあり今でも継続的に大なり小なりのコンペが開催されています。しかもその間ゴルフ場は顧客間のやり取りが可視化できます。需要喚起はユーザの拡散から能動的となりPULL型となります。

結論的な話となりますが、SNSとはいえ集客ツールの一つです。未だにDMが刺さる顧客もいれば、配信メールをチェックする顧客も少なくありません。要は顧客を細分化し、ターゲットを定めた上で最適な手法を丁寧に実行し、「顧客自らがゴルフ場へ近寄ってくる」、そのための

魅力あるコンテンツ作りに注力することが大切です。

基幹システムとWEBシステムが有機的に融合することで、集客に繋げる仕組みは実現可能です。

弊社にご興味をお持ちのお客様はいつでもお気軽にご連絡ください。お待ち申し上げます。



お問い合わせ

株式会社クリエイート

〒180-0014

東京都武蔵野市関前5-11-19

TEL 0422 (54) 4040

Q&A 0422 (54) 4420

FAX 0422 (54) 6177

E-mail sales@create-golf.co.jp

URL <http://www.create-golf.co.jp/>