

## 【 2013.07.31 第1回藤枝エコノミックガーデニング公開講座 概要 】

### Facebookの仕事術 藤枝エコノミックガーデニングvol1

2013年7月31日  
（前）アイ・リンク・コンサルタント  
代表取締役  
中小企業診断士 加藤忠宏

#### Facebook の極意

～Facebook は会員制の社交クラブ～

実名・顔写真を載せる

自分が普段の生活の中で大切にしているものを表現

同じカラーの人間が自然と集まってつながる

#### Facebook でやってはならないこと

自己宣伝/他人の受け売り/他人の攻撃、揶揄/  
ウソをつくこと、約束を守らないこと

#### Personal ブランディング

～Facebook では信用が命・信用なきところには取引はない～

いい友達を集めることがブランディングの第一歩

どんな人と繋がっているのか…相手が“信用できる人”かどうか判断する際にまず確認するところ

将来潜在顧客になる可能性のある層を想定して友達申請 ⇒ 自分の“友達”の基準をもつ

#### Personal ブランディング 4 C

～この4つが出来る人は Facebook を使ってビジネスで成功する～

- ・ Concept 《何のために Facebook をやるか》 ⇒ 顧客となる人に自分という人間を知ってもらう
- ・ Contents 《どんな記事を書くのか》 ⇒ なんでもいいが同じテーマで続ける
- ・ Continue 《同じ時間帯に毎日やる》 ⇒ 時間帯によって Facebook をやっている層が違う
- ・ Communication 《シェアする/リアルに会う》

#### Facebook ブランディング 実践例

Facebook は認知の基点 ◇まずは“人”に興味を持ってもらう（センスの良い顔写真を）

◇次に“考え方”に共感してもらう

◇結果“ビジネスパートナー”になる

Facebook ⇒ 個人（会員制）

Facebook ページ ⇒ その人の能力やセンスを表現するもの（だれでも見られる）

◇どんな層が見ているか

◇そのうち何人が“いいね”を押しているか

◇どういう記事の書き方が好まれるか

Facebook ページから統計がとれる ⇒ ブランディングのベースになる

#### Facebook で年収 2 倍（建築設計士）

CMS

◇ブログとホームページを同じドメインにした ⇒ 毎日ブログを更新すると HP も更新 ⇒ 検索の上位にくる

◇ブログのテーマがユニーク ⇒ 1人のお客様を想定して疑問点を解決するというブログ ⇒ 書き溜めたものが事例として蓄積されて1冊のQ&A本になる

◇Facebook で人脈を広げ、地元以外からも仕事の依頼がくるようになった