

59 「フェイスブック集客戦略」

ニュースレター (メルマガ・エコガイドジャーナルより厳選・抜粋レポート) 2012

・ ・ 実践的ビジネススキル ・ ・

- **解説** 全世界で8億人が登録しているらしい
個人的にも、ガイド仲間でも活用している方がかなり多い
かなり、楽しい事だがメルマガでは深く分析します
ソーシャル・ネットワーク・システムのツールだが
ガイドにとっては、最高の便利なツールには間違いがない

- **必要性** 仲間やお客様同士で情報交換が無料で出来ます
その情報とは「近況報告」「次回のツアー企画」「自分ライフスタイル」
「知らせたい情報」などをタイムリーに自分の意思で公開できます

- **現状** ほとんどのガイドの方は仲間内での「自慢合戦」です
(自分が自慢したいものや事を写真で見せびらかす)
 食事したもの 訪れた場所 自分の一日の行動記録
 気に入った写真 自慢したいもの などです
 売りたい商品やツアーは載せてもほぼ効果がなく
友達に嫌われています

- **解決** 集客に結びつけるためには
自分の自慢をしたり、「プライベート情報」「集客広告もどき」
の写真を載せるのではなく、「自分の魅力 UP」のための情報を掲載し
「熱烈なファン」を増やす事です
また、その顧客さん同士のネットワークの構築です (交流です)
その中にガイドは登場してはいけないのです
(同僚同士の飲み会に社長がくるようなものです)
そのファン同士の交流会 (オフ会) を仕組むという事です
 そこで共通の話題はガイドになる
 そこで共通の話題は参加したツアーの話となる
 又、「興味がある友達を連れてこさせる
 そこで「盛り上がる」
「オーダー」に結びつく「顧客管理になる」

- **結論**
フェイスブックは集客よりも顧客管理のための最高の武器である