

# ちえの泉

## 初心者でも簡単！すぐできる 同友会員経営者の 「フェイスブック営業術」

ミネルヴァ経営合同会社  
上船 美和  
(北支部)



私は営業戦略専門の経営コンサルタントでITやwebの専門家ではないのですが、現代の営業にはwebが欠かせないため、コンサルティングの一環としてブログ、ツイッター、フェイスブックの開設サポートや使い方アドバイスもおこなっています。今回はおもに初心者向けに、中小企業経営者がフェイスブックを営業にどう活かすか？の基本をお話します。

### facebook フェイスブックとは？

フェイスブックとはどういうものをひとことで言うと、「知り合いとの距離を近づけ、交流を活発にすることが簡単にできるツール」です。この「知り合い」のことをフェイスブックでは「友達」と呼びますが、知らない人と「友達」になることをフェイスブック自身は推奨していません。

このことから、フェイスブックを営業にどう活かすかを考えた場合、まず言えるのは、知らない相手と出会う場所ではなく、あなたのことやその会社・商品を少し知っている人にもっと知ってもらうにちょうどよいツールだということです。

また、今すぐお客様が欲しいという場合も、残念ながら向いていません。消費者・顧客の立場で考えてみてください。

多くの人は、何か購入するときやお店を探すときは、キーワードを入れて検索するか、目的の商品・業種が集まっている「楽天市場」「ぐるなび」といったサイトを見るでしょう。フェイスブックに探しに行ったりはしません。

早くお客様を増やしたい、売上を上げたいというのであれば、ホームページの充実を図ったり、チラシをまいたり、営業マンに動いてもらうほうがよいでしょう。

### facebook フェイスブック 3つの機能

フェイスブックには、個人ページ、グループ、Facebookページの3つの機能があります。

#### ① 個人ページ

個人ページは、個人としてフェイスブックに登録して、近況を投稿したり写真・動画を公開したりするものです。

「ブランド」は「経営者ブランド」「企業ブランド」「商品ブランド」の3つに分類できますが、会社名や商品名が知られている大企業と違い、中小企業でもっとも大事なのは「経営者ブランド」。経営者の姿勢や事業・商品への思い、人柄、活動などを伝えることが、営業には効果的です。これに適しているのがフェイスブックの個人ページなのです。

なので、気負って難しいことを書くよりも素（す）の自分を出したほうが、中小企業の長所である親近感をもたせることができます。ブログでは御法度の「何を食べた」「どこで何した」も、フェイスブックならOKです。

#### ② グループ

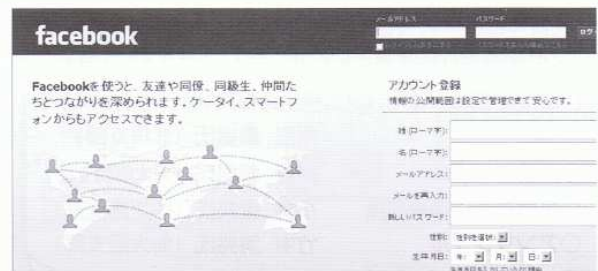
グループは、限られたメンバーだけでやりとりをするコミュニティ掲示板のようなものです。誰でも見たり参加したりできる「公開」、グループメンバーしか投稿などを見ることができない「非公開」、投稿などはもちろんグループの存在さえメンバー以外には見えない「秘密」の3通りの設定ができます。

グループを営業に活かす方法としては、会員制ビジネスの会員や固定客との情報交換、交流に使うことが考えられます。ただし、フェイスブック自体が「実名・顔出し主義」なので、会員・顧客が若い女性など実名・顔出しを嫌がるタイプなのであれば、ミクシィなど他のSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）コミュニティの利用をお勧めします。

#### ③ Facebookページ

Facebookページは、企業・団体、ブランド・製品などとして運営するものです。個人ページやグループと違って検索にもヒットするので、ブログのように企業や商品の情報提供をおこなって見込客を獲得するとともに、情報交換や交流をして見込客を繋ぎ止めることに利用できます。ただし、フェイスブックに登録していない人は、ページの投稿を見ることができるだけなので、「いいね！」やコメントがたくさん欲しいのであれば、そもそも自社の客層とフェイスブックユーザー層とが一致しているかをまず考えてみるべきです。

Facebookページは、資金が潤沢で人材も豊富な大企業でさえ、取り組んではいらぬものの、目に見える結果を出せているところはまだまだ少ないのが現実です。すぐの顧客獲得はあまり期待せず、じっくりと工夫を重ねるのがよいのではないのでしょうか。



フェイスブックの登録画面 <http://ja-jp.facebook.com/>