

2021年03月11日
合同会社folklore

実績のある元公式「中の人」によるツイッター運用を体験！ 「1か月間無料お試しキャンペーン」モニター企業募集！

■担当者紹介

○ 元「ロイホたん」

元ロイヤルホストのツイッター公式アカウントの中の人。
企業公式アカウントの黎明期にフォロワー0から2万まで増やした実績あり。
老舗のイメージを、ツイッターを運用することで身近なレストランというイメージに刷新。
親しみやすさと真摯な対応を続けることでファンを創出、売り上げの貢献につなげました。

ツイッター主導の商品紹介企画を立ち上げ、プレスリリース、イベントの実施、メディア試食会、プレゼント企画などを成功させた実績があります。

実績の一例「ツイッターとユーストリームで大人のカレーパーティ」

(2010年6月17日開催)

毎年恒例の夏のカレーフェア全国スタートを記念して開催。
ツイッター上で参加希望者を募り、当選した20組40名を招待しました。
また、OKWAVE、スーパースポーツゼビオ、フルタイム、リッチモンドホテル、テーブルマーク、東急ハンズ等企業アカウントの中の人や芸能界の著名人もゲストに招き、パーティの様子をUstreamで実況生中継。参加者や視聴者のツイートで盛り上がりました。

実はツイッター運営だけでなく、マーケティング戦略から立案、実施、評価まで可能な米国MBA保有者です。

老舗なのに知名度がない、顧客の若返り（新規顧客獲得）を図りたい、ECの売り上げにつなげたい、顧客の実際の来店につなげたい、というみなさまのお役に立てると思います。

○ 元「森アルさん」

元森田アルミ工業のツイッター公式アカウントの中の人。
企業知名度も、コネもなしでフォロワー0からスタートし、BtoBの地方メーカーとしては当時珍しい約2万7千フォロワーを獲得しました。
ツイッター上で交流した企業は500~800社以上、実際に名刺交換をした企業は300以上のぼります。

ツイッターを通じた企業間コラボに多数参画し、大手企業の公式アカウントと交流を深め、企業のみならず一般ユーザーを巻き込む企画で認知度を拡大してきました。

実績の一例「ルーケスを探せ in 富士急ハイランド」

(2016年5月28日実施)

森田アルミ工業のフォロワー数1万達成時に、ほぼ同時に1万フォロワーを達成していた富士急ハイランドとコラボしたリアルイベントを企画しました。

富士急ハイランド広報担当者とのラフな会話でイベント実施が決定。

ツイッター上で参加希望者を募り、当選者をご招待(往復バス、富士急ハイランド入園+乗り物2回券付き)。

イベントは園内に貼った森田アルミ工業の自社キャラクター「ルーケス」のイラストを園内で探すというもの。

当初募集人数は20組40名のところ、応募者多数のため、3倍の60組120名まで拡大することとなりました。

MAPの作成や謎解き、ポスター作成は約1週間で完成(しかも一人で)。

また、謎解き後の賞品をツイッターで募り、自社製品だけでなく、キングジム、ぺんてる、ニッセン、イズミ精器(現マクセルイズミ)等多数企業から提供を受けました。

悪態をついてくる一般ユーザーに対して、実直にポジティブな対応を根気強く続けることで、製品のファンのみならず企業ファンに転じて頂けた実例もあります。また、その誠実なやり取りを他のユーザーも見える状態にしたことで、結果的に製品、企業そして中の人へのファンを増やし、フォロワーも増えていく結果につながりました。

知名度はあるはずなのに反応がない、もしくは知名度は全くないけど古くから存在する、製品や企業そのものへの明確な愛着を得たい……、リアルタイムでエンドユーザーであるお客様のご意見や反応を知りたい……、ツイッターに新規参入して様々な企業様とつながり、交流のきっかけを得たい……などなど、今まではまったく実現できなかったきっかけを作るお手伝いをさせていただきます。