

セミナー企画書

菅野 弘達 (株) ソーシャルメディアマーケティング 代表取締役
かんのひろみち 電話：090-1657-6373 Eメール：hkanno@arion.ocn.ne.jp

【タイトル】

『インバンド/ 外国人観光客の誘客のためのネットマーケティングと SNS 活用』

【参加者対象】

- ・インバンド/ 外国人観光客を誘客したい宿泊業、飲食業、小売業等の経営者、責任者。
- ・インバンド/ 外国人観光客を誘客したい自治体、観光関連機関、商店街等の責任者、担当者。

【参加者が得られるメリット】

- ・従来の WEB 集客の特徴、新しいソーシャルメディアの集客の特徴を解説、その違いが理解できる。
- ・インバンド/ 外国人観光客を誘客するための SNS の選択の仕方とそれぞれの特徴、活用法が習得できる。
- ・インバンド/ 外国人観光客が、一番活用している Facebook の 3 つの大きな誤解と成果があがる 3 つのツボが分かる。

【コンセプト・概要】

インバンド 2,800 万人 (2017 年) の 8 割を占めるアジア諸国からの旅行者の訪日中の主な情報収集源は、各種 SNS と友人、知人との Messenger でのやり取りです。

しかしながら、日本の大半の観光業にたずさわる企業、お店、また、自治体、観光関連機関の情報発信源は、ホームページが主で、ここに大きなミスマッチが起っています。

本セミナーでは、WEB、SNS プロモーションの現状、各種 SNS の比較解説、選ばれる観光地、宿泊先、お店になるための SNS 活用法を実際に成功している具体的事例を用いて、分かり易く解説します。

【内容】

- ① スマホ 6,000 万人時代の WEB、SNS マーケティングの現状
- ② インバンドにおける各種 SNS の概要と活用法
- ③ 観光マーケティングのための Facebook の活用
- ④ ケーススタディー

1. スマホ 6,000 万人時代の WEB、SNS マーケティングの現状

1) スマホ 6,000 万人時代の WEB、SNS マーケティングの現状

利用動向の変化、パソコン、ホームページからスマホ、SNS へ

2) 【ワーク1】

WEB ツールや SNS の中で、一番重視している（お金を掛けている）ものは何か？
その理由と成果を書いて下さい

- 3) 従来型の WEB 集客の特徴
- 4) 新ソーシャルメディア型の集客の特徴
- 5) Facebook で実現できること
- 6) Instagram (インスタグラム)、写真に特化した SNS—投稿から検索へ
 - ・ユーザーの # ハッシュタグ 活用法

2. インバンドにおける各種 SNS の概要と活用法

- 1) LINE と SNS の違いが分かりますか？
- 2) Facebook、Instagram、Twitter、Youtube、Wechat、LINE@の比較解説
- 3) どの SNS が、ターゲットの客層に届くのか？ 調査、分析する。

3. 観光マーケティングのための Facebook の活用

- 1) Facebook 3つの大きな誤解！
- 2) 集客の成果があがる3つのツボ
- 3) 【ワーク2】
Facebook 3つの大きな誤解！と 集客の成果が上がる3つのツボを解説しました
確かに集客できると思いましたが？ また、自分で始める場合、障害は何ですか？
- 4) インバンド/ 外国人観光客の誘客のための Facebook の活用
- 5) SNS の弱点を補う最終兵器？ オリジナル スマートフォンアプリ

4. ケーススタディー

インバンド/ 外国人観光客の誘客のための SNS 活用ケーススタディー

- ・浅草（浅草観光連盟、東京都台東区）
- ・湯平温泉（山城屋、大分県湯布院）など

所要時間

90 分～120 分程度（ご要望時間に調整可能）