

インバウンド4,000万人時代、ズバリ解説！

# インバウンドに選ばれる店になるSNS活用法

2020年、東京オリンピック、パラリンピックで来日するインバウンド（外国人観光客）は、4,000万人と予測されています。このチャンスを逃さないためには、インバウンドの実情を知る事が鍵となります。「情報収集・連絡の中心となるSNS」「インバウンドに選ばれる店になるSNS活用法」「SNSの命である写真のスマホ撮影・活用法」等、各種業種・業態のSNS活用法を、事例を用いてご紹介します。

講座内容

講師紹介

## 1、インバウンド4000万人時代のWEB、SNSプロモーションの現状

- ・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、LINEとSNSの違いが分かりますか？

- ・Facebook、Instagram、Wechat、YouTube、LINEの比較解説

## 3、ズバリ解説！インバウンドで集客、売上を3割アップするためのSNS活用法

- ・投稿の基本は「共感」と「関係性」。「情報提供」ではない
- ・ズバリ選ばれる店になるための投稿の仕方

## 4、SNSは写真が命！スマホ写真撮影、活用入門

## 5、各種業種・業態のSNS活用事例紹介

(株) ソーシャル  
メディアマーケティング  
代表取締役

かの ひろみち  
菅野 弘達氏



1979年、(株)富士銀コンピュータサービスに入社。その後、(株)日本ソフトバンク(当時)孫正義が創設、副会長を務めていた日本パーソナルコンピュータソフトウェア協会に転職、パソコン業界の黎明期から終焉まで、企画、会員拡大部門にて、業界の発展に寄与しながら国内外の人的ネットワークを構築する。

2012年、(株)ソーシャルメディアマーケティングを設立、「日本の集客構造を変える」を理念として、パートナー企業と共に、“Facebook集客実践会”を主宰。約2年間の勉強会を行い、“集客・売上向上のSNS投稿必勝パターン”を構築する。その必勝パターンに用いて、地域、業界トップとなる企業のコンサルティングを行う。

■開催日時：令和〇年〇〇月〇〇日(〇) 〇〇:〇〇~〇〇:〇〇 (120分)

■会場：〇〇〇〇〇〇〇〇〇

■参加費：無料

■定員：〇〇名

■主催：〇〇〇〇〇〇〇〇〇 TEL. 0000-00-0000

..... 切り取らずに そのままFAXしてください .....  
FAX: 0000-00-0000 〇〇〇〇 行「インバウンドに選ばれる店になるSNS活用法」受講申込書

事業所名		TEL	
所在地		FAX	
受講者氏名			

※ご記入いただきました情報は、各種連絡・情報提供にのみ利用させていただきます。  
※当会から連絡が無い限り、受講可能ですので、当日は直接会場へお越しください。  
※天災、交通ダイヤの乱れ、講師の病気等の事情により講師の変更、中止または延期となる場合があります。