

i SHARE

2021

May

Twitter攻略法紹介！

Management Information

- ・ 限定10社MAパックご紹介
- ・ IT導入補助金ご紹介

Special Feature

- ・ Twitter 体験記

About INFINITY

- ・ 導入事例：あらた税理士法人様
- ・ サポートサイト開設・社員紹介動画のお知らせ

Technical Information

- ・ UTMとサイバー保険をセットにしたパッケージ

7割経済を生き延びる

愛知県でも3度目の緊急事態宣言が発令され、暗い話題が続く昨今、皆様はいかがお過ごしでしょうか？弊社では引き続きテレワークと出社を混在させた『ハイブリッドワーク』を続けながら、コロナ禍でも売上を維持し、更なる発展を目指して模索をしております。

昨年からキーワードに上がっている「7割経済」。営業活動（飛び込み営業等）などが7割に制限され、以前と同等の売上を維持するためには「 $0.7 \times 1.43 = 1.0$ 」、つまり現在の人員のまま、従来の**1.43倍**の活動を行わないと、従来の売上水準を維持できないことを指す文言です。この7割経済を生き延びるために、インフィニティ/インプルーブでは、昨年からマーケティング部を立ち上げ、挑戦をしています。私自身も自分で試してみないと気が済まない性分なので、3月末よりTwitterを始めました。尊敬するお客様の社長がブログを15年以上毎日続けていらっしゃるのので、私も続けられるように頑張りますとお伝えしたところ、「40年続けられるね、期待してます。」と励ましていただきました、40年頑張ってみます！

さて、Twitterを初めてまだ1か月半ほどですが、下記のような成果がありました。

- ・ 10日で 500フォロワー達成
- ・ 39日で1000フォロワー達成
- ・ Zoho 本国 / ジャパンのアカウントからレスポンスがある
- ・ Zoho ジャパンのマーケティング部門で話題に上がる
- ・ Twitter経由で連絡が来たIT企業と実際に会う
- ・ 船井総研さんからZoho営業担当にインプルーブを紹介して欲しいと声がかかる

SNSが苦手な何を発信すればいいかわからなかったですが、140字で情報を簡潔に伝えるクセ付けや新しい情報の取得、オンラインからリアルでの交流へなど、新しい経験を楽しんでいます。

暗い話題が多い今だからこそ、新しいことに挑戦し、ワクワクする会社を目指して行きたいと思っています。これからも引き続きインフィニティ/インプルーブをよろしくお願い致します。

株式会社 インフィニティ/インプルーブ
代表取締役社長 大畑祐貴

限定10社 MAお試しパック ご紹介

「マーケティングオートメーション（MA）と言っても何をすればいい？」と聞かれることがあります。そこで、インフィニティのお客様だけ、先着10社限定でMAお試しパックをご提案します。

CRMによる見込客/顧客管理 + メルマガ配信ツール + サイトトラッキングを組み合わせ、マーケティングオートメーションの**今だけ限定**のスタートパックです。

ご興味がある方は、インフィニティ 営業までご連絡下さい。

顧客の数を増やす

↓

**見込客を増やす
マーケティング
オートメーション**

Zoho Sales IQ トラッキング/効果測定

位置情報 訪問者がどの国やどの地域からアクセスしたかを把握します。	訪問者の足跡 Webサイト上での訪問者の行動をリアルタイムでモニタリング。
チャット リアルタイムでトラフィックをモニタリングし、売上増とカスタマーサービスの向上を実現。	スコアリング リアルタイムで見込客をスコア付けすることができます。
連携 アドオンで顧客対応をサポート。APIで連携することもできます。	

Zoho Campaigns メルマガ配信

メールリスト作成 ・Zoho CRM ・API、ファイルインポート ・登録フォーム ・ターゲット区分 ・QRコード生成	メール作成 ・用途別テンプレート ・ドラッグ&ドロップで簡単編集 ・レイアウト選択 ・閲覧環境に対応するデザイン
メール送信 ・自動メール送信 ・セグメント配信 ・A/Bテスト ・スケジュール作成 ・見込客育成	分析&レポート ・リアルタイム分析 ・リンク効果測定 ・キャンペーン効果測定 ・レポートの共有 ・SNS投稿反応 ・不達メールの確認
アプローチ ・フォローアップ自動メール ・ソーシャルメディア ・外出先でメールキャンペーンを管理	

Zoho CRM 顧客管理

見込み客の情報収集 ・マーケティング施策管理 ・WEBサイト問合せ ・見込み客管理	見込み客へのアプローチ ・見込み客ステータス管理 ・アプローチ結果管理
商談進捗管理 ・提案金額 ・案件確度/活動結果管理 ・商談詳細状況管理	継続フォロー ・取引状況管理 ・更新案内 ・営業分析

商談成立
重要顧客

ご提案プラン ※条件：導入事例記事または動画ご協力

対象：ご担当者1名
初期費用：無料

ライセンス：10,500円/月額
運用サポート：10,000円/月額



ZohoCRM-IT導入補助金で導入可能

2017年から始まったIT導入補助金、ZohoCRMの導入に補助金を利用したいという声が多かったため、今年度は株式会社インプルーブでIT導入補助金の事業者登録をしました。

中小企業・小規模事業者等の
自社課題やニーズに合ったITツールを
導入する経費の一部を補助することで
業務効率化・売上アップをサポート。



低感染リスク型ビジネス枠（特別枠：C・D類型）

【補助対象者】

中小企業・小規模事業者等（飲食、宿泊、卸・小売、運輸、医療、介護、保育等のサービス業、製造業や建設業等も対象）

【補助対象経費】

ソフトウェア費、導入関連費、ハードウェアレンタル費

補助金の上限額・下限額・補助率

C-1類型	30万～300万円未満
C-2類型	300万～450万円未満
D類型	30万～150万円未満
補助率	2/3以内

IT導入補助金は下記が対象となります。

- ・ソフトウェア費
- ・導入関連費
- ・ハードウェアレンタル費

ハードウェアの購入費用は対象にならないため、残念ながらシンククライアント関連の導入費用には利用できません。またマイクロソフトのライセンス（例えばOffice）などは、汎用性が高すぎるため対象となりません。そのため、生産性が上がるツールとして、

- ◎ Zoho One（MA/SFA/CRMを含んだ様々なアプリ）のライセンス費用
- ◎ 導入コンサル&設定費用
- ◎ 導入サポート費用（1年間分）

を登録しています。最大3分の2が補助されるこの機会に是非ご検討下さい。



Twitter 体験記

Twitterを始めた理由

始めた理由は、マーケティング部でZohoSocialを使ってSNS活用を初めていましたが、Twitterは成果が出ず、成果を出すためには「自分がやってみないと指示ができない」からでした。

目的/目標の明確化

闇雲にやっても成果がでないため、目的と目標を定めることにしました。

目的を定めるにあたって、Twitter内でZohoに関する情報が少ないことに気づきました。そこで、インフルエンサーとしてZohoを扱っている認知度を高めるために、下記の目的を定めました。

- ①とにかくZoho関連の情報を発信し、Zohoで検索した場合に上位に表示される
- ②Zoho ジャパンに認知度を高めてもらう

目的が決まったら、ある程度の目標を定めます。一番わかりやすいのがフォロワーの数です。日本のTwitterの場合、フォロワー数1000人以上のアカウントは全体の2割だそうです。まずは、この1000人以上のフォロワー数を達成することを第一段階の目標に決めました。

目標1000フォロワーに向けて実施したこと

1：まずアカウントを作成した後、下記のように他アカウントを調べてみます。

- ・他のアカウントがどんなことをつぶやいているか
- ・どんなプロフィールにしているか
- ・どんなアイコンにしているか

2：次に自分のアカウントの設定を行います。

- ・アカウントの特徴付けをする（どんな内容をつぶやくのか）
- ・アカウント名は特徴がわかるようにする
- ・アイコン写真を作る
- ・プロフィール画像を作成し設定する
- ・プロフィールを作成する
- ・誘導したいリンクを設定する



3: アカウントが作成できたら他のアカウントをフォローをしていきます。

- ・自分と同じ領域のアカウントをフォロー（私の場合はマーケティング）
- ・自分がターゲットにしたいアカウントをフォロー（私の場合は経営者）
- ・相互フォローをしているユーザーをフォロー（相互狙い）

4: 「ツイート」「いいね」「リプ」「引用リツイート」を繰り返す。

ツイートは、朝 / 昼 / 晩 最低3ツイートをしていくことをオススメします。朝昼晩はビジネスユーザーもスマホを触るタイミングになるため、反応率が高まります。実は1000ユーザーを超えるまでは有益な内容よりも、とにかく発信/継続/反応することが重要です。3ツイートであれば継続することができますし、おはようございますと感想ぐらいの内容でも充分です。

「いいね」は自分がいいと思ったものを隙間時間やツイートした後にまとめてしていきます。SNSは相互関係が大事。よっぽどの有名人でなければ、発信だけではフォロワーは集まりません。こちらからアクションをかけることで、相互にフォローする関係にもっていきます。リプもアクションとして効果的で、よりコミュニケーションが取れます。

私の場合、リプが苦手なため、引用リツイートを利用しています。引用リツイートはコメントがつけられるため、自分の好意的な意見を添えると、ツイートしたアカウントがお礼リプをしてくれるため、そこからリプがしやすくなります。また、ツイート内容に困った時でも引用リツイートが役立ちます。

※ツイート：自分から発信するつぶやき

いいね：他アカウントのツイートに対するリアクション

リプ（リプライ、返信）：他アカウントに対するコメント

リツイート：他アカウントのツイートを自分のフォロワーに転送

引用リツイート：リツイートに自分のコメントを添えてフォロワーに転送

上記をこまめに繰り返し替えることで、1000フォロワーまでは辿りつけます。定期的にフォローしているアカウントの整理（相互にならない場合フォローから外すなど）を行い、新たなフォローを増やしていきます。

ちなみに右記が私のアカウントです ⇒

← 大畑祐貴@Zohoマーケティングコンサルタント
579 件のツイート

大畑 祐貴
おおはた ゆうき
株式会社インブルー 代表取締役
株式会社インフィニティ 代表取締役

improve
Zoho One 導入支援

INFINITY
テレワーク/24時間365日サポート

プロフィールを編集

大畑祐貴@Zohoマーケティングコンサルタント
@Yuki_improve

株式会社インブルー/インフィニティ2社の代表取締役 | 36歳 | 日大芸術学部映画学科演技コース卒 | IT/マーケティング関連と経営者としての情報に触れていきたいと思っています。特にCRMやMAツールであるZohoの魅力に夢中なので、Zoho関連の発信をしています。ワクワクする仲間と繋がりたいです 😊

自己紹介を翻訳

📍 名古屋市 🌐 improve.co.jp 📅 2021年3月からTwitterを利用しています

1,057 フォロー中 1,105 フォロワー

実践した内容を会社アカウントにも適用

先行して運用をしてもらっていた会社アカウントに下記工夫をすることで、フォロワーをコンスタントに増やせるようになりました。

- ①アカウント名を社名のみから、担当者名@伝えたい内容に変更
 - ②アイコンを社名ロゴから、担当者の似顔絵に変更
- ⇒ 会社アカウントは無機質な宣伝に見られがち。個人色を出すことで親近感を演出。
- ③朝昼夕に宣伝以外の普通の挨拶や会話をツイート
 - ④いいねと引用リツイートを繰り返す
- ⇒ 一方的な宣伝の発信から、交流を混ぜることで、反応をしてもらえるようになった。



当初の目的の達成

冒頭のあいさつでも記載しましたが、フォロワーが500を超えたあたりから、

- ①Zohoの本国（アメリカ/インド）のアカウントからいいねがもらえるようになる。
- ②その後、Zohoジャパンの営業から連絡があり、社内で話題になっていると連絡が入る。
- ③Zohoジャパンのマーケティング担当から個別メールが届く。

と目的であった、Zoho自体からの認知度を高めることができました。

その後、船井総研さんの公式アカウントからフォローされた後、Zoho営業担当から「船井総研さんからインプルーブさんを紹介して欲しいと言われました」との連絡があり、WEBミーティングを行うことになりました。当初の目的以上の効果が得られた結果になります。これが約1カ月程のできごとです。

いかがでしたか。SNSの可能性を感じる1カ月でしたが、すぐに効果がでにくいのも特徴なので、継続的なテストマーケティングを繰り返していくことが必要だと感じました。これからも実践した内容を共有していきたいと思います。

2021年1月オフィスクラウド導入：あらた税理士法人様

新たにオフィスクラウドを導入いただいた「あらた税理士法人」様の導入事例を作成しました（「新た」と御社名の「あらた」は掛けてないですよ…汗）。お話を伺うと、なんと10年以上前に前代表からオフィスクラウドの話を聞いていただいたとのこと。それが、コロナを機にテレワークを導入したいと悩んだところ、現代表を紹介されたそうです。ご紹介くださった方にも感謝です。何年経ても、ご縁をいただいたことはとてもありがたいお話です。



代表社員：井上様

あらた税理士法人様の代表社員でいらっしゃる井上新様にお話しを伺いました。あらた税理士法人様は、税理士だけでなく、中小企業診断士や社会保険労務士も在籍され、中小企業を全面的にバックアップできる体制が整っています。事例の中でもおっしゃっていますが「あなたの成功のお手伝いこそ我が生涯の仕事です」を掲げ、中小企業の経営者の方々のお悩みを払拭して「夢に向かってチャレンジしていただきたい」と、日々活動されています。

税理士という職業柄、お客様の大切なデータを取り扱われています。コロナになり、出社人数を減らさなければならないと模索され、シンクライアントをご導入いただきました。シンクライアントでは、事務所以外で作業をしても、データはすべてPCではなくサーバの中にあります。万が一、会社から貸与されているノートパソコンを紛失したとしても、データの中にはありません。スタッフやメンバー同士のコミュニケーションも、オフィスクラウド内のできるのでコミュニケーションが取れなくて、仕事が進まないということもありません。

井上様は、名古屋税理士会で副会長を務められているとても偉い方です。そのような方に、最後に「アフターコロナはテレワーク」と言っただき、大変ありがたいお言葉でした。

[導入事例：あらた税理士法人様へ](#)

[あらた税理士法人様WEBページへ](#)

今後も、導入事例を作成していきます。

「導入事例協力するよ！」と言ったださる企業様、大募集！

以前に記事のみでインタビューさせていただいた企業様も改めて動画を撮影させてください！

サポートサイトを開設しました！

About INFINITY

サポートサイト「ITを通してあなたの活躍サポート」を開設しました！

前回のiSHAREでは、サポート動画を掲載した「YouTubeチャンネル」を開設しましたとご報告しました。

実際のサポート時には、窓口となるご担当者だけでなくオフィスクラウドを利用される方々に配布する資料などのマニュアルもあります。そういった資料や動画をまとめて掲載した「サポートサイト」をインフィニティWebサイト内に開設しました。インフィニティWebサイトからは「サポートサイト」のタブから入れます。

動画の方がわかりやすい場合や文章でじっくり読みたい場合など、今後はコンテンツを充実させ、オフィスクラウドをご利用のみなさまへのわかりやすいサポートを目指します。



[インフィニティサポートサイトへ](#)

YouTubeチャンネルに「社員紹介動画」を掲載しています

いつもご利用いただいている「インフィニティIT110番」。電話口にでるスタッフが「どんな人だろう…」と想像されている方もいらっしゃると思います。打合せや構築作業の際には、スタッフ紹介のためにも毎回違うスタッフを同行させるなどしてはいますが、昨今の状況ではなかなかお会いする機会も少なくなっています。なので、「このスタッフどんな人？」を紹介する動画を掲載し始めました。スタッフ1人1人の似顔絵を絵が得意なスタッフに書いてもらい、本人の情報から動画を作成しました。音声は本人の声ですよ。緊張しているスタッフもいるので、動画の声がいつも聞いている電話の声とは違うかも？もちろん一番最初は代表の大畑です。私が知らなかった大畑の一面も（笑）！

今5人目を作成中です。（誰になるかな？誰になるかな？）いつも電話に出るあのスタッフかも！

[インフィニティ - YouTubeチャンネルへ](#)



UTM×セキュリティ保険の「バンドルパッケージ」が提供開始！

インフィニティでは、CheckPoint社製のUTMを扱っています。UTM（Unified Threat Management）とは、「統合脅威管理」と言われます。UTMはファイアウォールだけでなく複数のセキュリティ機能を一元集約したものです。簡単に言うと、ネットワークの入り口で不審なアクセス等を防いでいます。CheckPoint社の製品は、信頼性も高くインフィニティでもお客様の導入時にご提案しています。



中小企業では、「狙われるようなデータはない」や「セキュリティにそこまでコストを掛けられない」という状況も多く、セキュリティ対策がきちりされていないこともあります。そういった中小企業を踏み台に大企業を攻撃することも。その時、会社は、大企業にとって加害者となってしまいます。また、コロナの流行でテレワークが増え、家と会社間のセキュリティが甘くなりがちです。そのため、コロナ流行以降ウィルスなどのサイバー攻撃は増えているそうです。そんな状況を踏まえ今回、UTMとサイバーリスク保険をセットにした「バンドルパッケージ」が発売されました。

「バンドルパッケージ」でセットになっているサイバー保険は東京海上日動が提供しています。万が一、受けてしまったサイバー攻撃により会社に生じた第三者に対する「損害賠償責任」を補償してくれます。

「バンドルパッケージ」でセットになっているサイバー保険は東京海上日動が提供しています。万が一、受けてしまったサイバー攻撃により会社に生じた第三者に対する「損害賠償責任」を補償してくれます。

被保険者

- 被保険者は宝情報が販売する「UTM」の利用企業となります。

ご提供条件

- Check Point UTM の基本サポート契約をしているお客様
- サイバーリスク保険を付帯される場合は、その販社様からの発注分すべてに適用されます。(発注ごとに付帯の有無を選択することはできません)

補償内容

- 保証の対象
被保険者に発生した下記の費用が対象となります。
 - ・法律上の損害賠償金
 - ・争訟費用
 - ・協力費用
- 保障の範囲
被保険者あたりの1事故については100万円が限度となります。

ご興味のある方は、インフィニティに一度ご相談ください。



ソーシャルメディア モニタリングツール Zoho Social

弊社では、SNSの配信管理を「Zoho Social」で行っています。Zoho Socialでは、複数のSNSを一括で投稿予約できるだけでなく、SNSの管理自体をZoho Social 1つで行うことができます。

また、フォロワーや「いいね」をされた数も、リアルタイムに1画面で各SNSの状況が確認できます。しかも、Zoho Socialを経由して投稿したコンテンツだけでなく、携帯やパソコンから投稿した内容も反映されるため、定期配信はSocialから行い、不定期配信はパソコンや携帯から行うことも可能です。

Networks	Total Audience ¹	Active Audience ²	Engagement ³	Stories Created ⁴
ZykerTravels	79 +1.2%	42 +35.5%	16 +6.7%	78 +77.3%
ZykerTravels	114 +2.7%	6 -40.0%	114 +570.6%	7 +75.0%
Zyker Travels	0 +0.0%	NA ¹	0 +0.0%	0 +0.0%
zykertravels	63 +1.6%	NA ¹	33 +450.0%	33 +450.0%

上記画面は、実際のZoho Socialトップ画面（一部抜粋）です。少し小さくて見づらいかもしれませんが、一番左がSNSの種別です。次にはフォロワーの数、30日間で増えたフォロワーの数、「いいね」の数などが表示されます。上から2番目に赤字で記載されているのが、Twitterのフォロワーが「6」しか増えてない、つまり前の30日よりフォロワー数増加が「-40.0%」と書かれています。そういった分析もZoho Socialがやってくれるので、フォロワー管理もばっちりです。

さらに、投稿ごとにも「いいね」がどのくらいついているかも確認できるため、「いいね」がたくさんついた投稿を分析し、「次回の投稿時には、ここを変えてみよう」など、A/Bテストの際に分析として利用することも可能です。

余裕のある時に投稿予約をしたり、分析は自動で行うなど、効率的なSNS活用にZohoを利用しています。

Zoho Socialは15日間無料で使えます。インプルーブでは、MAパックとしてZoho Socialを含めたマーケティングオートメーションに有用なZohoアプリを導入支援しています。気になりましたら、お気軽にご連絡ください。

2021

May

iSHARE

編集・制作

安藤玲子

あとがき - Editor's Note

深谷から、iSHAREのバトンを受け取りました安藤です。インフィニティ、インプルーブのマーケティングを担当しています。これから、どうぞよろしくお願いいたします。

今回のiSHAREではSNSを取り上げました。個人的にTwitter、Facebook、Instagram、（懐かしいmixiも）のアカウントを持っているのですが、Instagram以外はほとんどやっていません。かろうじてやっているInstagramも「食べものと爆笑問題田中しかない」と言われるようなアカウントです。会社用アカウントでフォロワーが増えてくると楽しくなってきました。なので個人のアカウントももう少し力を入れてみようかと思いました。

と同時に、会社用のアカウントを始めて、「先着で〇万円プレゼント！」とか「奥さん（旦那）が〇年前に亡くなり〜」というDMが、どのSNSでもよく送られてきます。「プレゼント！」に引っかかる人は少ないと思うのですが、「話相手になってください（ロマンス詐欺と言うようです）」というのに引っかかりそうになった話を聞きます。「言われるがままに免許証のコピーを送っちゃった」なんて人もいました。そこで気づいた（周りの方が気づかせることができた）から良かったですが、気を付けて運用しないとイケないですね。