

# SNS常駐支援 サービス概要

社内で再現可能な仕組みを  
構築しませんか？

✓ SNSを戦略的に  
運用できる

✓ 経験豊富な  
ディレクターが常駐

✓ ノンコア業務  
負担軽減

# 目次

はじめに	会社紹介 ..... p03
	SNS運用支援実績 ..... p05
サービス紹介	SNS常駐支援 ..... p06
	その他スポット対応 ..... p18
Appnedix	会社概要・SALのご支援範囲・告知・お問い合わせ..... p21

## 会社紹介

SALは **成果** にコミットする  
ワンストップ型クリエイティブエージェンシーです。

# 会社紹介

貴社の得意領域のノウハウと、弊社の強みである

Web戦略設計

UI設計

SNSマーケ・メディア構築

のノウハウとの掛け合わせで、シナジーを最大限に引き出します。

貴社の  
得意領域

×

WEB戦略設計  
UI設計  
SNSマーケ  
メディア構築

=

成果  
アップ

## SNS運用支援実績

### 支援対応可能なSNS



### SNS企業支援実績

※一部掲載

大手車メーカー様・大手飲食チェーン様・新聞社様・出版社様等の実績がございます。  
詳細をご覧になりたい方は、お打ち合わせ時に口頭でお伝えいたします。

# SNS常駐支援サービス

# SNS運用において、次のような課題を抱えていませんか？



## ノウハウがない

社内でSNS運用ノウハウが無く、コンテンツ資産を上手く活用できていない。



## リソースがない

SNS業務が主力事業ではないため担当者が兼任で負担が大きい。



## 採用できない

クライアント対応もできるSNS人材を採用したいが、適任者がなかなか見つからない。



## 活用できない

様々な事業部で複数のアカウントが乱立してしまい、収集がついていない。

当社では、よくあるSNS請負サービスではなく  
 企業の中の人となって、内側からSNS運用の問題を解決します

## SNS常駐サービスで **解決できること**

01

乱立した複数の  
SNSアカウントを  
戦略的運用できる



02

社員の負担を  
減らしつつSNS運用に  
コミットできる



03

即戦力として  
運用開始できる



**運用プロセスを可視化**

し、

**社内で再現可能**

な

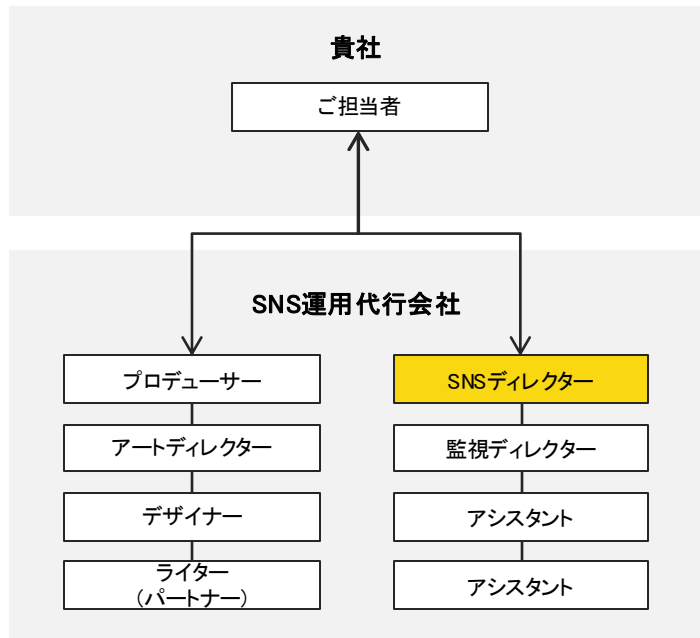
**仕組み**

を構築。

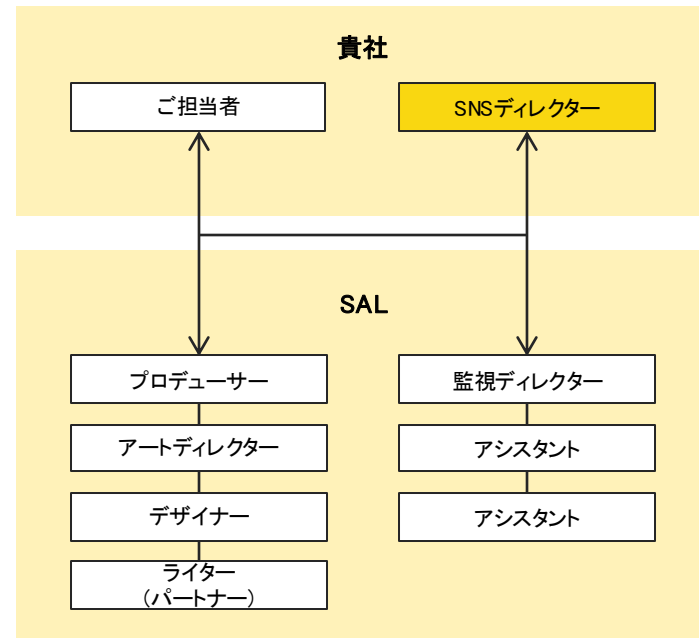


# 「常駐型」のSNS運用体制例

## 一般的なSNS運用代行



## 「常駐型」SNS運用代行



SNSディレクターのマネジメントは弊社のプロデューサーが行うことで、

お客様側のマネジメント負担軽減 + SNSディレクター個人の力量に依存せずプロジェクトを進行します。

# 事例ご紹介：某自動車メーカー様

## 導入前の課題

- ブランドイメージをコントロールした運用
- 各部署からの投稿相談
- 依頼の交通整理
- 予算管理・投稿数管理



## 導入による解決ポイント

企画・撮影・投稿・改善まで8名のSNS運用チームを構築

### 担当業務

SNS運用



### ご支援内容

- 投稿企画
- 取材撮影
- コンテンツ制作投稿
- 分析運用改善

### 体制・役割

クライアントを含めたプロジェクト推進できるよう専任担当でチームを組む。

SNSチームがいることによって、各部署との連携が円滑になり、  
スムーズな運用が実現可能に。今では代えが効かないチームとして活躍中。

# 事例ご紹介: 全国新聞社様

## 導入前の課題

- 毎日の新聞で掲載される紙面をタイムリーにSNS投稿できる体制
- 投稿の承認を取り付けるための、社内各所(主に営業)との連携
- 自社のブランドを崩さない、トンマナを統一した投稿ライティング



## 導入による解決ポイント

社内コミュニケーションを円滑にするディレクターを常駐

### 担当業務

SNS運用



サイト運用



### ご支援内容

- 投稿・監視・分析
- toB・toC向けWebサイトの更新
- Googleアナリティクスによるレポートニングなどのオウンドメディア運用

### 体制・役割

Web 周り全般の相談窓口的役割

SNSディレクターが常駐し、社内コミュニケーションに入り込むことで

**情報キャッチアップをし、投稿や社内各所との連携がスムーズに。**

# サービスの流れ

## Step1

### 市場・競合調査



- 市場/業界調査
- 競合調査

## Step2

### 戦略設計



- 運用目的の設定
- 中長期的なアカウント設計
- 目標(KGI・KPIの設定)

## Step3

### ガイドライン作成



- 投稿管理方法やフロー
- アカウントのトンマナ策定
- パルソナの設定
- 監視業務フロー策定
- レポートレベルの定義
- アカウント運用する体制

## Step4

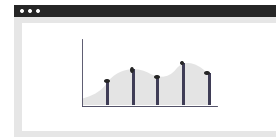
### 投稿企画・原稿作成



- 投稿企画立案
- 投稿カレンダー作成
- 投稿原稿ライティング
- 投稿画像・動画制作
- 取材・撮影

## Step5

### 施策の実行



- 投稿対応
- アカウント監視
- 毎月のレポート作成
- 企画立案

## サービスの流れ

Step1

Step2

Step3

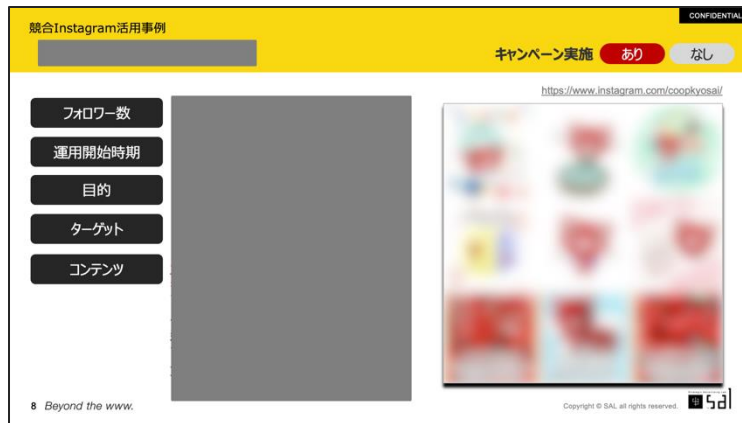
Step4

Step5

## 市場・競合調査

SNS市場や業界・競合アカウント・ユーザー層について調査を行います。

▼サンプル



# サービスの流れ

Step1

Step2

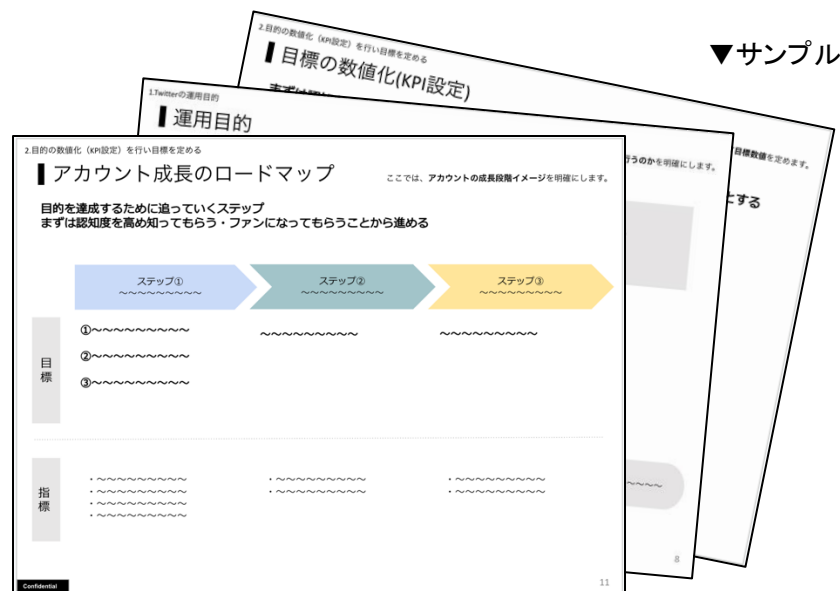
Step3

Step4

Step5

## 戦略設計

運用目的を設定し、それに基づいた  
中長期的なアカウントの成長ロードマップや  
目標(KGI/KPI)を設定します。



# サービスの流れ

Step1

Step2

Step3

Step4

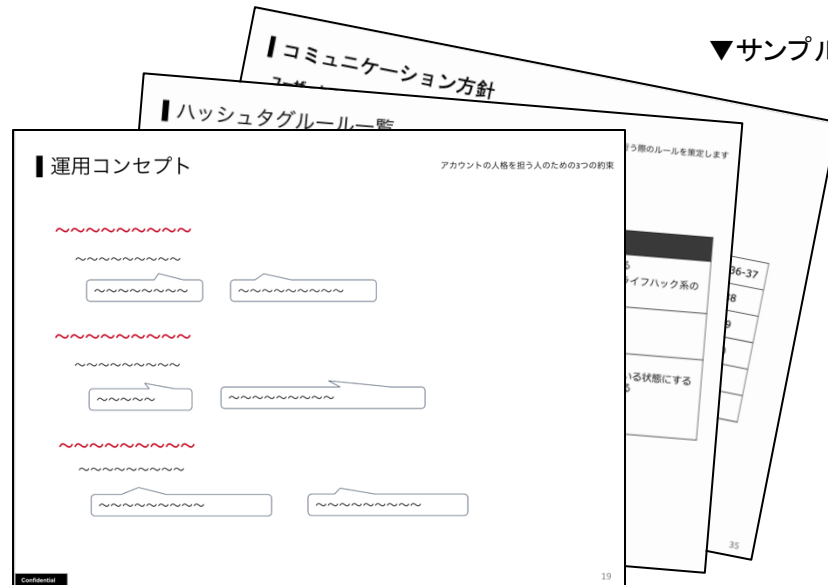
Step5

## ガイドライン作成

ブランドのトーンやスタイルを統一し、  
一貫したメッセージを発信するための  
ガイドラインを策定します。

これにより、運用担当者が変わったとしても、  
ブランドのメッセージやスタイルがぶれることなく、  
安定した運用を長期的に継続できるようになります。

▼サンプル



# サービスの流れ

Step1

Step2

Step3

Step4

Step5

## 投稿企画・原稿作成

ターゲットに響く内容を企画し、ブランドのトーンを保った原稿を作成して、エンゲージメントの向上を図ります。

12月  
コンテンツ

テキスト

紙芝居想定

紙芝居想定

2023年は観測史上最も暑い年に、この冬もエルニーニョ現象が続くため、この現象について説明をする投稿。気温の変化が激しいので、体調管理についても触れたいスクリーンショットを行う。

<https://news.yahoo.co.jp/expert/articles/7fb03d9d08c16b79d54db9fa8439f5017bd7b904>

【アフィリエイト-情報】  
気象庁「エルニーニョ現象とは？」  
<https://www.data.lms.co.jp/csp/data/elnino/learninfo/fsp/whatiselnino.html>

テキスト

紙芝居想定

紙芝居想定

冬に発生する「なだれ注意報」や「着雪注意報」などを紙芝居形式で紹介。

【アフィリエイト-情報】  
気象庁「注意報の種類」  
[https://www.lms.co.jp/lms/kihou/know/boai/warning\\_kind.html](https://www.lms.co.jp/lms/kihou/know/boai/warning_kind.html)

2011年 投稿のタイトル

【タイトル】  
ここにテキストが入ります  
#ハッシュタグ #ハッシュタグ #ハッシュタグ

【出典】

【先週からの変更点】

【アフィリエイト-情報】



# サービスの流れ

Step1

Step2

Step3

Step4

Step5

## 施策の実行

投稿対応・アカウント監視を行い、  
月次で監視結果や投稿結果の  
レポートを行います。

まとめた内容は、定例会にて報告すると  
ともに、次月に向けた改善提案を行います。

▼ サンプル

	A	B	C	D	E	F
1						
2		コメントに問題なし→問題なし コメントに問題あり→エスカレーシ				
3		Facebook	Ins			
1275	11/21	問題なし				
1276	11/22	問題なし				
1277	11/23					
1278	11/24	問題なし				
1279	11/25					
1280	11/26					
1281	11/27	問題なし				
1282	11/28	問題なし				
1283	11/29	問題なし				
1284	11/30	問題なし				
1285	12/1	問題なし				
1286	12/2					
1287	12/3					
1288	12/4	問題なし				
1289	12/5	問題なし				
1290	12/6	エスカレーションあり				
1291	12/7	問題なし				
1292	12/8	問題なし				
1293	12/9					
1294	12/10					



# その他スポット対応

# 投稿・アカウント監視

SNS運用はスポット対応が可能です。

主要な業務に集中するために、重要度の低い運用業務を委託したい方には「**SNSの有人監視**」をおすすめします。

月10万円~



在宅チームを活用した  
有人監視で、低コストな運用を実現し  
ます。

有人監視  
ならではの安心感



お客様ごとの基準に沿って  
監視します。有人だからこそ、  
微妙なニュアンスのコメントも  
レポート可能です。

アカウントの状態を  
月次で報告



アカウントの状態を月次で  
ご報告します。

ご評価いただける点

- ・ 問題報告だけでなく対処方法もセットでご案内できる点
- ・ ユーザーコメント以外でもアカウント上のささいな変化を報告する点

# SNSキャンペーン事務局

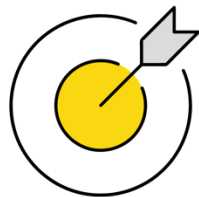
SNSキャンペーンはフォロワー増加やブランド認知拡大など多くの効果が期待できますが、準備や個人情報の取り扱いには手間がかかります。SALでは、**キャンペーンの準備から開催まで全面サポートいたします**。(スポット対応も可)

## CP企画の作成～ご提案



キャンペーン企画の作成や、  
エンドクライアント様への  
提案も可能です。

## 当選者の選定



弊社はPマークを取得しており、  
ユーザーの個人情報を適切に  
管理し、集計業務などを  
行うことができます。

## CP終了後の報告書作成



キャンペーン終了後に報告書を  
作成し、良かった点や改善点を  
まとめて次回のキャンペーンに  
活かします。

## ご評価いただける点

目視でのNGアカウントの見極め(政治的発言やモラルの無い投稿を行うユーザーを目視でチェック)

# Appendix

会社名	株式会社SAL		
本社所在地	東京都品川区西五反田1-26-2 五反田サンハイツビル2階		
業務開始年度	2008年7月7日		
代表者	魚住琢		
資本金	1,000万円		
従業員	144名（契約社員、業務委託等含む）		
グループ会社	株式会社em（沖縄）		
事業概要	<p>SNS常駐型運用支援  web集客請負 Web戦略設計、制作、運用・  「remodooo!」在宅チーム構築支援 日本語人材採用支援事業(上海)※現在、休止中</p>		
取引先	<p>TOHOシネマズ株式会社  アディダスジャパン株式会社  貝印株式会社  株式会社CHINTAI  株式会社SHIPS  株式会社サイバーエージェント</p>	<p>株式会社セガ  株式会社テレビ朝日ミュージック  株式会社テレビ東京コミュニケーションズ  株式会社ベネッセコーポレーション  株式会社リクルートコミュニケーションズ  株式会社リクルートホールディングス</p>	<p>株式会社資生堂  株式会社朝日新聞社  株式会社電通  株式会社読売広告社  株式会社日本経済新聞社  株式会社博報堂</p>

# SALの支援範囲

## 方針策定

### Web戦略設計

Webサイト・SNSアカウントの事業貢献最大化のため  
お客様の外部内部環境・ユーザーや活用資源を踏まえ  
実行可能なWeb戦略を立案を支援します。

－ 支援内容及び成果物 －

- クロスSWOT分析
- ターゲットユーザー抽出
- STP分析
- ペルソナ作成
- 課題再定義
- カスタマージャーニー作成

## 集客(リード獲得)

### コンテンツマーケティング

ユーザーにとって有益なコンテンツを  
企画・制作する事で、押し売りではない、  
見込み客の集客を実現します。

－ 支援内容及び成果物 －

- SNS
- ブログ・メディア
- コーポレートサイト・採用サイト
- ブランド・プロダクトページ

## CVアップ

### PC/スマホのUI設計

ユーザーを第一に考えたサイト設計に  
よりコンバージョン率を最大限に高め、  
集客コストの費用対効果を向上します。

－ 支援内容及び成果物 －

- Webサイト画面設計
- Webサイトデザイン
- コンテンツライティング
- Webサイトコーディング

## LTVアップ

### 解析&運用

顧客のリピートを促すために  
コンテンツやサイト状況の解析・改善・運用  
を行います。(\* LTV=生涯顧客価値)

－ 支援内容及び成果物 －

- サイト制作運用
- サイト運用・解析・改善
- SNS運用・解析・改善
- メディア収益化支援

# SNSに関する本を出版いたしました

投稿が全然伸びない… 最近のトレンドが分からない  
今の運用が合っているか不安

2024年最新

＼ 中の人を作った /

## SNSマーケティングまるわかりBOOK

Twitter Instagram YouTube Facebook Bluesky

運用担当者が知りたいアレコレと

購入者特典付き  
SNS運用ワークシート

仕組み 戦略設計 運用 分析

Check!

定番～最新のSNS動向がこれ1冊でまるわかり!

株式会社SAL 代表取締役 魚住 謙 (著)

- まずは概要を知ろう  
SNSを攻略するためには、動向とアルゴリズムを理解すること
- 運用をはじめよう  
はじめに、運用の目的 (KGI) と返っていくべき数値 (KPI) を決めること
- 全体の流れを掴もう  
コミュニケーションを活性化させるため、運用のPDCAを短いサイクルで回すこと
- 効果を確かめよう  
短絡的に判断せず、決まったタイミングで効果分析して次のステップに活かすこと
- 炎上対策と有事・トラブル対応  
炎上や予期せぬトラブル、有事の際に備え、エスカレーションフローなどを整えておくこと
- キャンペーン・プロモーションを活用する  
キャンペーンを「目標にする」ことばかりに固執する運用を見失わないこと

プラットフォーム	ユーザー数	主要なターゲット	特徴
X (旧Twitter)	4,450万人	・Web ・10~30代 ・1000人以上のフォロワー	・最も多くの企業や個人が利用しているSNS ・最も多くの企業がマーケティングに活用しているSNS ・「つぶやき」が中心のコミュニケーション ・「リツイート」が中心のコミュニケーション
Instagram	5,870万人	・若年層 ・女性 ・20代前半	・写真・動画を中心としたコミュニケーション ・「ストーリー」が中心のコミュニケーション ・「リール」が中心のコミュニケーション
TikTok	1,700万人	・Z世代 ・若年層 ・10~20代前半	・短時間動画を中心としたコミュニケーション ・「ダンス」が中心のコミュニケーション
LINE	6,600万人	・若年層 ・10~30代前半	・メッセージングを中心としたコミュニケーション ・「スタンプ」が中心のコミュニケーション
YouTube	2,100万人	・若年層 ・10~30代前半	・動画を中心としたコミュニケーション ・「チャンネル」が中心のコミュニケーション
Facebook	2,400万人	・若年層 ・10~30代前半	・ソーシャルネットワークを中心としたコミュニケーション ・「グループ」が中心のコミュニケーション

ご購入はこちら

<https://www.amazon.co.jp/dp/B0D9NB7SYZ>

※Kindle Unlimited会員の方は無料でお読みいただけます。



お問い合わせ先

担当者: 吉田

[yoshida@sal.ne.jp](mailto:yoshida@sal.ne.jp)

070-1259-6498

▼日程調整はこちら

日程調整

※詳細なサービスのご紹介や、ご相談を承っております。  
ご連絡、または上記ボタンからオンラインMTGをご予約ください。