
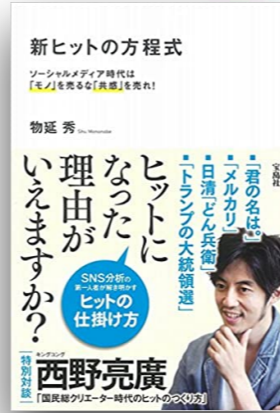


目的: ソーシャルメディア時代の売り方のヒントを知りたい!

@sanada3730 



ソーシャルメディアを活用した採用戦略

P176

求める人材を的確に採用する XILカリ

「ミッション・バリエーション」の浸透が採用活動の第一歩

「伝えた相手」に「伝えたメッセージ」を

的確に届ける

全ページ無料公開が巻き起こした賛否両論

P156

P139

えんとつ町の7ペーパー



↓

発売後3ヶ月での無料公開

↓

公開後アマゾン楽天で総合1位

↓

読み物ではなく 
コミニケーションツール 

SNSの声から生まれたコンテンツで大反響

P68

情報拡散のポイント

日清の「どん兵衛」

10分どん兵衛

↓
日清食品の担当者「試食

700円-ションコンテンツ

新ヒットの方程式 物延秀 著

P31 感情に訴えるオピニオンが大きな影響力を持つ

「人の感情に訴えかけ、人が信じたくなるような情報」はその情報と他の誰かに届けた...という人の行動を喚起させる 箇

P54 これからの広告が目指すもの

「好意」「共感」の獲得を目指す

マスメディアが発信する情報が生活者に響きにくくなっている

それは「共感」の力

人に共感させ、人の間で自然と「語られる」

コミュニケーションを行うこと