

# 実来店へ繋げる！成果を生み出すX（Twitter）活用術

実施回	基礎編（120分）	応用編（120分）	飛躍編（120分）
目的	Xのルールが変わる！140文字の投稿は終焉	エンゲージメントの高い投稿を広告配信	X広告から瞬間的認知を上昇させる
内容	X（Twitter）で育成すべきものとは？	Xのリストを活用～興味のあるテーマごとにアカウントをグループ化	広告の精度を高めるエンゲージメント率を改善する
	頭に思い浮かぶものしか消費しない	エンゲージメントの高い投稿を広告配信する理由	検索ボリューム数から欲求を読み解く
	AISASの法則から捉える時代の変化	店名の認知に繋がるプロフィールのクリック数を把握	どの新台を起点にXで投稿すれば良いか？
	X（Twitter）の感情分析が鍵を握る	X広告の投稿結果を見る	機種別の検索ボリューム数を把握する
	瞬間的認知を高める重要性	必ず見なければならないX広告の2つの数値指標	顧客のマインドマップを紐解く
	お客様を呼び集める金の卵は何なのか？	平均フリークエンシーを確認する理由？	エンゲージメントが高まりやすい投稿は顧客の興味に起因する
	2023年5月のXの広告ポリシーの変更	ブランドが形成できれば勝機に繋がる	検索ボリューム数の最も多い機種名でマインドマップを調べる
	Xと他のSNSの圧倒的な違いとは？	目指すべきエンゲージメント率の指標とは？	顧客が気になるテーマで投稿する
	統計データからXの投稿のあり方を見直す	X広告配信には認証バッジが必要！	X広告のキーワード設定を修正・調整する
	投稿時間、投稿回数、投稿曜日が肝	キーワード設定で機種ターゲティングを行う	X広告の競合店アカウント設定を修正・調整する
	タグる時代にやるべきこと	オプションで競合店のアカウントを設定する	Xの広告配信エリアを調整する
エンゲージメントの高いXの投稿を生み出す	ターゲティング設定から最終的な予想されるリーチ数を見る	リンクのクリック数およびリツイート数の増加を狙う	