



ニュースレター第126号



TwitterがバズってSNSの相談を受けるようになってきた…

< SNSを毎日チェックしていて気になったこと・・・ >

先月、Twitter がバズって大忙し！とここで紹介しました。するとお客様より「Twitter すごかったですね！」「バズってましたね！」とお声がけをいただくことが増えてきました。

今回の弊社の場合はワケアリのたこ焼ミックスを販売する。売り先がなくて困っている。そんな困った会社を助けるための共助の気持ちから起こった現象だと思えます。そのためのたこ焼き屋さんや鯛焼き、大判焼き屋さんには転用できる手法では無いと思っています。

でもせっかくのアカウントだし広告効果は出したいというのもお店の思うところ。そこで一点気づいたことがあったので今回はそれを紹介します。

< テレビのグルメ番組や食レポは今でも廃れない >

テレビやグルメ番組で食レポがあります。芸能人が美味しそうに食べることでそのお店に行きたくなる。そんな広告戦略が垣間見えます。食レポの上手い下手でそのタレントさんの仕事量も左右されています。いつの時代もグルメ番組が廃れないのは食べるシーンが一番の見所だと思います。

しかし飲食店の SNS を見ると自分の料理を美味しそうに食べている人がいない。作っている風景の写真、動画、お店の看板、ご主人の写真などをアップしているのですが意外と食べている動画がないのです。人は他人が美味しそうに食べることで行きたくなるのではないだろうか？と感じました。

< 食べる動画でバズったのがチーズハットグ >

今や懐かしい「チーズハットグ」はお客様が食べている動画や写真をInstagramにアップしたことで大流行しました。食べている姿に共感が生まれたのです。「私も新大久保に行ってあれをやってみよう！！」そんなキッカケが大きなムーブメントを生み出したと思えます。揚げている写真や揚げている調理動画だけならそんなに流行らなかったはず。

クレープ屋さんで1日1個自分の作ったクレープを食べる動画というのをTwitterにアップしている人を見つけました。話を聞くと一番インプレッション数が多かったといひます。フォロワーさんはお店の告知よりも美味しそうに食べる動画が楽しかったようです。これからSNSに投稿する人はお客様が食べている姿や動画をアップしてみたいかがでしょうか？下記のPOPはどちらが食べたくなりますか？

右の写真は素材ですがやってみよう！
となりませんか？チーズハットグは正に
食べている姿で一気に広まりました。



三ツ星キッチンカー養成所
セミナー



キッチンカー開業セミナー



豊吉公式 Twitter



株式会社豊吉ホームページ

