ビジネス・ツイッター

世界の企業を変えた140文字の会話メディア

1142009　安藤勇樹

　Twitterとは，世界中の人々が様々なテーマについて会話をするコミュニケーション・ツールである．また，自分と共通の関心を持つ人々を世界中いたるところに発見できるチャネルでもある．昨年末（2012年12月）にTwitterのアクティブユーザ数は2億人を超え，1日に3.4億ものツイートがされている．

　本書では，Twitterを駆使しマーケティングを行っている事例を紹介している．デル，ペプシ，スターバックス，IBM，小規模な企業など，幅広くTwitterの活用法を取り上げている．本書に登場するTwitterの用途は多岐にわたっているが，主に顧客や取引先とのコミュニケーションを重要視している．マーケティングの本質は顧客との信頼関係にあるとしている．Twitterは深い信頼関係を築くうえで最も有効な会話ツールである． Twitterを通して顧客と対話的な関係を築き，顧客から得た情報を基に意思決定を行う．意思決定のボトムアップ化がTwitterを利用してのマーケティングの強みである．

参考文献

ビジネス・ツイッター　世界の企業を変えた140文字の会話メディア

著者：シェル・イスラエル

翻訳：滑川海彦／前田博明

解説：林　信行

発行：日経BP社

出版日：2010年3月4日

原著：2009年