



投稿ノウハウから
プロモーション例までが1冊に!

WeChat

企業公式アカウント
運用の教科書

WeChat

企業公式
アカウント運用の

教 科 書



投稿ノウハウから
プロモーション例
までが1冊に!



目次

■ WeChatの基本情報

- ・ WeChatの基礎知識03
- ・ WeChatの最新利用実態07

■ WeChat公式アカウント運用の教科書

- ・ WeChatの投稿ノウハウ13
- ・ WeChatミニプログラム22
- ・ WeChat広告24
- ・ WeChat视频号30
- ・ WeChatコミュニティ33
- (Appendix) アライドアーキテクトのWeChat支援36

WeChatの基礎知識



微信 (WeChat) について

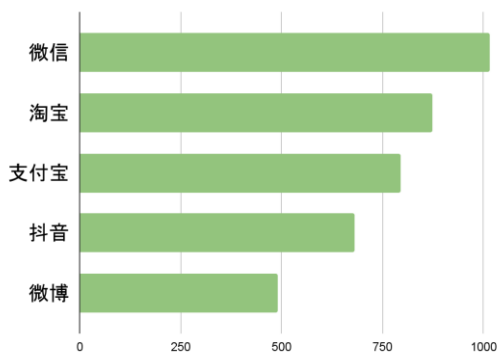


▼微信 (WeChat) とは？

Tencent (騰訊) が提供する、メッセージ機能を中心とするマルチサービスアプリです。中国大陸版の微信 (Weixin) と国際版のWeChatがあります。

ユーザー数は**13億900万人**に達しています。(2022年9月時点)

▼各アプリアクティブユーザー数



単位：100万 出典：QuestMobile Appユーザーユーザー規模 (2022.6) から抜粋

中国では地域や世代を問わず使用され、**月間アクティブユーザー数 (MAU) は10億人**を超えています。国内アプリでは最大規模です。メッセージだけでなく電子決済、ミニプログラム (ミニアプリ) など様々な機能が使用されています。

アプリの基本機能

メッセージャー

個人間、企業アカウントによる配信などが行われるチャット機能です。テキストだけでなく音声 (ボイスメッセージ) や写真、動画、スタンプなどの送受信や音声通話、ビデオ通話ができます。



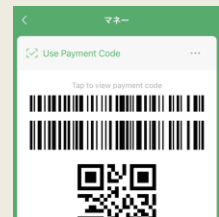
モーメンツ (朋友圈)

日常を投稿するタイムライン機能です。投稿へのいいねやコメントの送信もできます。主に友人の近況を知るために使用されています。企業の出稿も可能です。



WeChat Pay (微信支付)

中国は電子決済大国で、モバイル決済ユーザーは8億人 (※1) を突破しました。中国の2大電子決済のひとつであり、中国内での使用はもちろん、日本を含む海外でも対応店舗が広がっています。



(※1) 2021年2月時点

企業が利用する微信（WeChat）の機能

ミニプログラム（小程序）

微信内で利用できるミニアプリで**デイリーアクティブユーザー（DAU）は6億人（※2）**です。小売り、ブランド、フードデリバリー、観光、行政など幅広い業種がEC、会員プログラムなどさまざま活用されており、生活をカバーするサービスとなっています。

（※2）2022年9月時点



ビデオ（视频号）

縦型ショート動画を配信するチャンネルです。最初に表示する動画はユーザーの興味関心や人気動画ではなく、微信の友人の好みを反映してレコメンドされる。またKOLや芸能人の投稿が人気のTikTokとは異なり、実用的、感情的なコンテンツの人気が高い傾向にあります。



公式アカウント（公众号）

日本のLINE公式アカウントのように、企業から購読者に向けたメッセージの一斉送信をしたり、ミニプログラムや外部サイトへの誘導をすることができます。**記事やクーポンなどの配信**のほか、SNSのように画像+テキストのコンテンツ配信もできます。



検索機能（搜一搜）

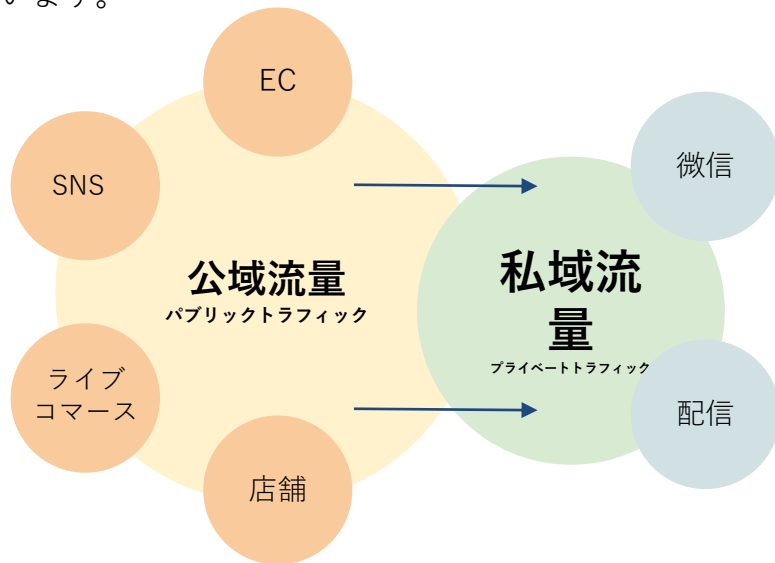
検索タブからは公式アカウント、ミニプログラム、記事、ゲーム、百科事典、医療相談など20種類の情報やサービスにアクセスできます。**MAUは8億人（※3）**にのぼります。検索結果に表示される公式アカウントは表示タイプを選んで広告出稿できます。

（※3）2022年末時点



微信の活用で知っておくべき「私域流量」とは

顧客獲得コストが高まる中、**顧客管理**の方法として「私域流量（Private Traffic）」が注目されています。パブリックチャネルから獲得した顧客（および見込み客）とクローズドなチャットや会員制度の中で関係を築くもので、主に微信が活用されています。



▲プラットフォーム上では企業の思い通りに顧客と接点を作ることが難しいですが、私域流量では独自のルートでタッチポイントを作ることができ、ファンとの繋がりをより深めることができます。

私域流量でのタッチポイント

グループチャット

管理人（スタッフ）が主となり複数のユーザーとつながるコミュニティのようなチャットを開設します。新作やセールのお知らせ、独自クーポンの発行から美容情報の共有、ファンとの共創などを行います。ブランドとユーザー、ユーザー同士の連帯感が生まれる場所を創出することができます。

プライベートライブ配信

顧客向けに行うライブ配信です。既存客かつコミュニティで頻度高く情報を共有してきた顧客を相手に行うため、コンバージョンしやすいのが特徴です。またファンとの交流やブランドへの知識を深める場としても活用されています。

会員制度

ミニプログラムなどを通じて会員コードを発行し、会員のみが受けられる特典の提供やイベントを行います。

WeChatの最新利用実態



【販売促進】活用事例：MINISO名創優品



画像出典：MINISO公式サイト

◆MINISO名創優品とは

世界86の国と地域で5440店舗を展開するショップです。生活用品や美容商品、IPコラボ商品など幅広いアイテムを低価格で販売しています。

私域流量は**1400万人**（※4）を超えるメンバーを抱えています。オンラインの顧客の多くはオフライン経由で来店しており、ミニプログラムのMAUは600万人を超えました。

（※4）2022年度第2四半期財務報告書より

オフラインから送客



私域流量は主に店舗から送客しており、店舗内に貼られたQRコードや電子広告、レジ担当の案内などを通じ、店舗から3キロ以内の消費者を集めます。この活動を促進するため**店舗スタッフにインセンティブ**を発行しています。企業微信へのユーザーの誘導数、ミニプログラムECモールの取引量などがスタッフの評価に含まれます。またユーザー側にも、**新規メンバー向けの特別特典**やグループ限定割引クーポン、WeChat紅包（送金）など、グループに加入したくなるようなギフトを多数用意しています。

コミュニティの細分化

各店舗に独立したグループチャットが用意されるほか、**属性や趣味別のグループ**も運営されています。キャラクターコラボが多いという同社の特徴から「MINISO名創優品 ピクサーファングループ」というキャラクター（IP）に注目したチャットもあります。ユーザーを深く理解し、**それぞれのユーザー特性に合わせた運用戦略**を策定、コンテンツや活動に対応させることで全体のコンバージョン率を上げているのです。



【LTV改善】活用事例：花西子（Florasis）



画像出典：プレスリリースより

◆花西子（Florasis）とは

2017年設立の中国発コスメブランドです。中国の伝統的なデザインと技術に着目したアイテムが特徴で、ジェネレーションZ世代～ミレニアル世代をターゲットにしています。オンラインを中心に販売し、2021年3月から日本向けの越境販売も行っていきます。

中国本土の私域流量は購入者を対象に展開され、**ユーザー参加型**の運営が特徴です。

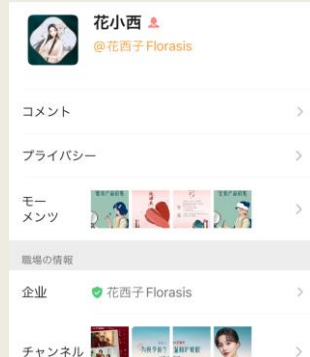
製品をファンと共創



私域流量では、発売前の**新製品をお試しする「体験官」**を募集しています。この体験は新製品の開発が6～7割の段階で行われ、「体験官」の意見を製品に反映することでユーザーとの共創体制を組み、ユーザーとの結びつきを深めています。新製品だけでなく多くの**既存商品もユーザーの意見をもとにバージョンアップ**されており、パッケージ、デザイン、成分など全面的に意見を取り入れています。中でもアイブロウペンシルはバージョン7まで改良を繰り返したことで有名な商品です。

コミュニティをファンと共創

「花西子」は花小西というキャラクター（IP）を持ち、企業微信と個人微信でチャットの主となり、カスタマーサービス、コミュニティ運営を行っています。チャットでは花小西を中心に「花西子のお気に入り商品」などさまざまなトピックスを立てた投票や、アイテムを使った自撮りなどの**ユーザー参加型のイベント**を実施し、口コミを創出しています。また私域流量内のユーザーから募集したプロモーション官は新しいユーザーを呼び込むことでボーナスが得られます。



【越境・インバウンド】活用事例：阪急百貨店

阪急百貨店は2019年7月に中国国外で初めて「WeChat Payスマート旗艦百貨店」に認定され、主にインバウンド向けにWeChatを活用したスムーズで快適な買い物体験を提供しています。

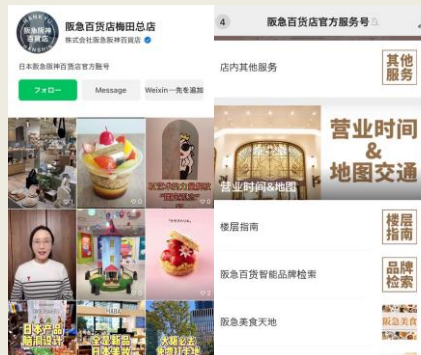
越境ライブコマース

ミニプログラムで「阪急阪神グローバルショッピング」を開設し、日本から中国への越境販売を行っています。この中で扱う商品を**ライブ配信で紹介**して販売するライブコマースも実施しました。商品の特徴を紹介するとともにライブ配信限定の割引クーポンを発行しました。



記事・ビデオで情報発信

阪急阪神、両店舗に関する情報を発信する**ビデオチャンネル**を開設し、百貨店で販売する商品や催事の案内、大阪周辺の観光情報なども投稿しています。また**グループチャット**を開設し、店舗情報、グローバルショッピング情報、日本のトレンドや生活情報を発信するとともに、問い合わせ対応も行っています。



スムーズな店舗体験

来店後も微信上で店舗体験の手伝いを行います。AIを活用した店内案内ではブランド名を入力すると中国語で案内サービスを受けられます。また免税で年間100万円以上購入した人を対象とする**VIP会員プログラム**は、微信で会員登録を行い、優先免税や同行通訳などを提供しています。



【ブランディング】 微信 活用事例：サントリー

中国本土での主力商品は、清涼飲料は「サントリー烏龍茶」などのお茶類、酒類は「山崎」「白州」「ほろよい」となっています。ターゲットの異なる清涼飲料と酒類でアカウントを分けて微信を運用しています。

ユーザー参加型イベント

サントリー飲料の公式アカウントでは季節イベントに合わせ、**コメント参加イベント**を実施しています。バレンタインには加糖茶と無糖茶を題材に恋物語の記事を配信し、コメント欄にユーザーの恋物語を投稿してもらうというもので、コメントしたユーザーに抽選でお茶がプレゼントされました。



会員招待クーポン

旧正月に合わせ、割引クーポンの配布イベントを開催しました。自身が会員になるとともに**微信で友人を招待することでクーポンを受けられます**。「一緒にピクニックをしよう」などメッセージカードを送ることで招待を送ることができ、友人と楽しめるイベントとなりました。



ミニゲームキャンペーン

ほろよい新作「さくらんぼ」味のプロモーションにミニプログラムを使用した**ミニゲームイベント**を開催しました。イベント期間の1週間は、毎日、得点上位のユーザーにほろよいギフトボックスの無料引換券を、その他の入賞者にも割引クーポンが配られました。



【店舗サービス】 微信 活用事例：Zoff・蔦屋書店



中国で店舗を展開するアイウェア「Zoff」と本屋「蔦屋書店」は来店につながる便利な機能をミニプログラム上で展開しています。

Zoff

2010年1月に中国に進出し、中国本土に16店舗のオフライン店舗を構えています。

「Zoff」はアフターサービスとして購入者に眼科検査やアイウェアの調整、クリーニングなどを無料で提供しており、ミニプログラムでは会員サービスの一環として**購入履歴など顧客データを管理**します。購入/所持メガネリストが見られるほか、クーポンの配布、視力検査の予約受け付け、検査結果のストックリストも設けられています。

蔦屋書店

2020年に中国に進出し、「蔦屋書店」「TSUTAYA BOOKSTORE」の2形態で店舗を展開しています。

ミニプログラムでは自社ECサイトを開くほか、会員カードを発行しています。来店時の提示、購入などで溜まったポイントは割引クーポンに交換できます。また求める**書籍の店舗在庫を調べる**ことができ、店舗内のどこの棚に置かれているかも合わせて案内が表示されます。その他、店舗イベント開催時にはミニプログラム上で来店予約を受け付けています。



WeChatの投稿ノウハウ



タイトル&カバー画像の攻略方法①

ついクリックしたくなるようなカバー画像を設定しましょう

カバー画像

カバー画像とは通知画面や投稿一覧に表示される画像です
閲覧数を増やすには、この画像でユーザーを引き付けることが重要です

- 人目を引く画像を使いましょう
- ありきたりでない一風変わった画像を意識してみましょう
- 季節感や流行を取り入れるのがおすすめです
- 記事内容と連動した画像で統一感を出しましょう

多くのユーザーは多数のアカウントをフォローし
日頃からたくさんの投稿を閲覧しています。

『**選ばれる**』画像を意識しましょう。

▼公式アカウントの例



没有什么烦恼是一份甜点解决不了的！
嗜甜如命的你不能错过的甜点

タイトル&カバー画像の攻略方法②

流行ワード+記事内容を反映したキーワードをタイトルに入れましょう

タイトル

タイトルは通知画面や投稿一覧に表示されます

- SNSやメディアで流行しているワードを取り入れましょう
- 英語のみよりも中国語を使った方がより読まれる傾向にあります
- 【赤枠※部分】
 - ・1行目に流行ワードや季節のワードを入れるのがおすすめです
 - ・2行目に記事内容を要約したキーワードを入れるとよいでしょう

キャッチーなタイトルで
読みたい気持ちを引き出しましょう。
ただし、**広告感が出すぎないように**注意が必要です。

▼公式アカウントの例



SPRING 一如往常的春季 有点不寻常

SPRING 2023
享受春日气氛 更有美食相伴



最後まで読みたくなる投稿文の書き方①

文字数は「リード文+起承転結」で1,000文字程度にしましょう

文字数

記事本文は文章と画像を織り交ぜ、読みやすい配置を心がけましょう

- 記事の文字数は1,000文字～1,300文字がベストです
- 冒頭に記事のテーマを書き、本文は起承転結を意識してまとめましょう
- ブログ感のある記事がおすすめです
- 日本的な内容、季節感のある内容を取り入れるとよいでしょう
- 「最新」「限定」など旬な情報は良いリアクションを得られます

記事内容に合わせた画像を適宜配置すると◎。

色彩の統一も意識しましょう。

▼公式アカウントの例



最後まで読みたいくなる投稿文の書き方②

ハッシュタグで関連投稿をグルーピングしましょう

ハッシュタグ

ハッシュタグは投稿文の冒頭に設定することができます

○同じハッシュタグをつけることで、公式アカウント内の投稿がグルーピングされます

○ハッシュタグをつければ、過去の投稿が流れてしまわず、有効活用することができます

オンラインストアの分類や
商品ジャンル、投稿ジャンルに合わせた
ハッシュタグがおすすめです

▼公式アカウントの例

SPRING 一如往常的春季 有点不寻常

日本 2023-02-17 20:00

收录于合集

#春季 3 #日本 70 #日本杂货 55
#日本文具 21 #日本餐具 3

#日本杂货

#

日本

55个内容

正序

SPRING 一如往常的春季 有点不寻常

4天前 阅读 403

54. 没有什么烦恼是一份甜点解决不了的！

1周前 阅读 413

53. 健身 2023 | 足不出户，完成身材蜕变

01/30 阅读 462



最後まで読みたいくなる投稿文の書き方③

「Read more」 とQRコードを活用して外部サイトへ誘導しましょう

画面遷移

投稿文中に直接URLを書き込んで外部サイトに遷移させることはできません

- 文末（左下）の「Read more」から外部サイトへ遷移します
- 本文中に画像としてQRコードを挿入すれば、外部サイトへ誘導することができます

公式サイトや公式アカウント
ミニプログラムへ効果的に誘導しましょう

▼公式アカウントの例



收录于合集 #春季 3

< 上一篇 美妆节2022SS-第一弹 -

Read more Reads 4

公式サイトへ

Share Favorite

3 1



メニューバーの活用方法①

メニューバーを活用して見せたいページへ誘導しましょう

メニューバー

メニューバーは公式アカウントに設定できます

- 公式アカウントチャットページ最下部に最大3つのメニューバーを設定することができます
- それぞれのメニューに1~5個（全部で最大15個）のリンクを設定可能です

ホームページなら何でも設定OKです。

常に参照してほしいサイトや
販売につながるサイトを設定しましょう。

▼公式アカウントの例

The screenshot shows a WeChat official account menu bar with three items: 官方网站 (Official Website), 门店信息 (Store Information), and 官方天猫 (Official Tmall). Green arrows point from each menu item to a detailed view of that item. The '官方网站' view shows a list of links with '官方网站' highlighted in a red box and the instruction '↑公式サイトのリンクを設定' (Set the link of the official site). The '门店信息' view shows a list of store locations with '关于' (About) highlighted in a red box and the instruction '↑天猫、京東は直接遷移できないのでURLが表示されます' (For Tmall and JD.com, direct transfer is not possible, so the URL is displayed). The '官方天猫' view shows a URL 'https://m.tb.cn/h.UmkfDeL' in a red box with the same instruction. At the bottom, a note says '店舗検索ページ、中国国内の店舗ページを設定→' (Set the store search page, domestic store pages in China →).

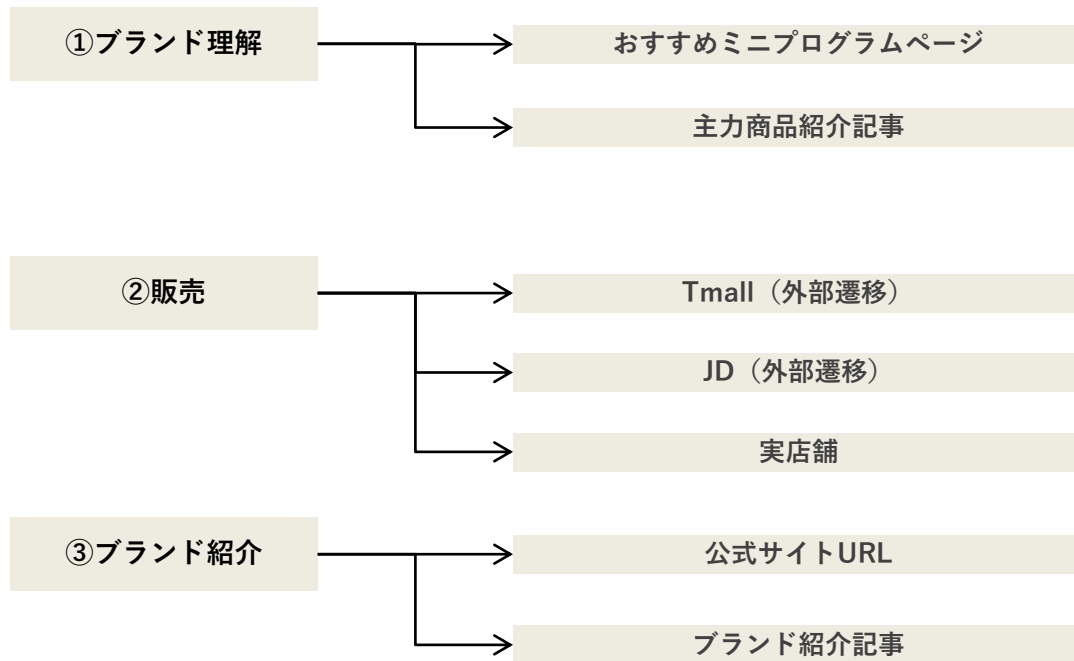
メニューバーの活用方法②

メニューバー設定例 ～メニューバーを活用して集客効果をあげましょう～

▼公式アカウントのイメージ



▼メニューバー設定パターン



売上に直結するクーポンの活用方法

クーポンを設置して話題性や集客力をあげましょう

クーポン

OECサイトや来店で使用できるクーポンを配布しましょう

○投稿文中に直接設置したり、メニューバーから遷移させることができます

○リーチ数、フォロワー数、売上の向上に効果的です

店頭POPでクーポンサイトを

紹介すると効果的です。

その場ですぐに割引されるので

インバウンド向けに人気があります。

▼公式アカウントの例



WeChatミニプログラム



ミニプログラムでワンランク上のプロモーション

販売・予約などミニプログラムの機能を活用しましょう

ミニプログラム

ミニプログラムはWeChat内で実装できるアプリケーションのような機能です

- ミニプログラムには実現可能な機能がたくさんあります
- 発券、販売などの用途に応じて活用できます
- 公式アカウントではできないことも実装可能です

公式アカウントで宣伝
→ミニプログラムで予約・販売など
相乗効果で満足度UP目指しましょう

▼公式アカウントの例



< 搭乗予約 >



< 物販 >



< チケット予約 >

WeChat廣告



WeChat広告の攻略方法①

【モーメンツ広告】モーメンツに投稿しタイムラインで拡散します

モーメンツ広告

モーメンツ広告は公式アカウントをフォローしているユーザーのタイムラインに表示させます

○「いいね」「コメント」でユーザーとコミュニケーションを取ることができます

○フォロワーがシェアすることでフォロワー以外にも拡散可能です

オフラインイベントの告知や
キャンペーンの告知&エントリーに効果的です。
ユーザーのリアクションがすぐにわかります。

▼公式アカウントの例



WeChat広告の攻略方法②

【バナー広告】公式アカウントのボトムバナーに表示させます

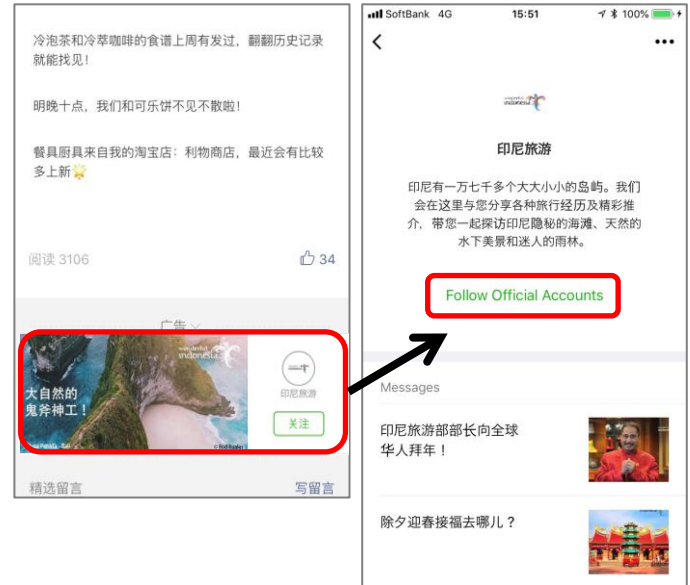
バナー広告

バナー広告は公式アカウントプラットフォームのページ下部にバナーやテキストで表示させます

- フォロー広告：ワンクリックでフォロワー獲得
- クーポン広告：クーポンの表示やミニプログラムのクーポン機能へ誘導
- キャンペーン広告：バナーから外部リンクへ誘導
- アプリ広告：アプリのダウンロードに誘導

広告審査が必要なので少し手間はかかりますが
目につきやすく汎用性があるので活用できると◎

▼公式アカウントの例



WeChat広告の攻略方法③

【ミニプログラム広告】ミニプログラム上に掲載し実装機能を周知します

ミニプログラム広告

バナー広告はミニプログラム内に掲載しミニプログラム上の機能へ誘導します

- 機能満載のミニプログラムでその機能を広めるのに効果的です
- ミニプログラム上ならすぐに販売や予約に誘導することもできます

ミニプログラムの便利機能を
ユーザーにアピールしましょう

▼公式アカウントの例



WeChat広告の攻略方法④

ターゲティングの設定

年齢・性別・居住地・最近訪れた場所・学歴・ネット環境・配信時間・配信曜日・出稿単価など
様々な情報を設定し、より届けたい人の目に触れるよう工夫します

The screenshot shows the 'New Ad Direction' (新建定向) settings page. It includes several sections for targeting criteria:

- 地理位置 (Geographic Location):** Options include '不限' (None), '按区域' (By Area), and '从地图选择' (Select from Map). The '按区域' option is selected.
- 按区域 (By Area):** A section for selecting a geographic area with a search bar and a list of location types: '近期到访' (Recently visited), '常住且近期' (Resident and recently), '常住地' (Residence), '旅行到访' (Travel visit), and '曾经到访' (Formerly visited). '近期到访' is checked.
- 年龄 (Age):** A range selector with options: '不限' (None), '14-18岁', '19-24岁', '25-29岁', '30-39岁', '40-49岁', '50岁及以上', and '自定义' (Custom). The '自定义' option is selected.
- 性别 (Gender):** Options: '不限' (None), '男' (Male), '女' (Female). '不限' is selected.
- 学历 (Education):** Options: '不限' (None), '博士', '硕士', '本科', '专科', '高中', '初中', '小学'. '不限' is selected.
- 联网方式 (Network Type):** Options: '不限' (None), 'Wi-Fi', '5G', '4G', '3G', '2G'. '不限' is selected.
- 自定义人群 (Custom Audience):** Options: '不限' (None), '定向人群' (Targeted Audience), '排除人群' (Excluded Audience). '不限' is selected.
- 排除已转化用户 (Exclude Converted Users):** Options: '不限' (None), '同计划广告' (Same Plan Ad), '同账户广告' (Same Account Ad), '同商务管家广告' (Same Business Manager Ad), '同主体广告' (Same Entity Ad), '同商品' (Same Product). '不限' is selected.

At the bottom, there is a checkbox for '保存为定向包' (Save as Ad Package).

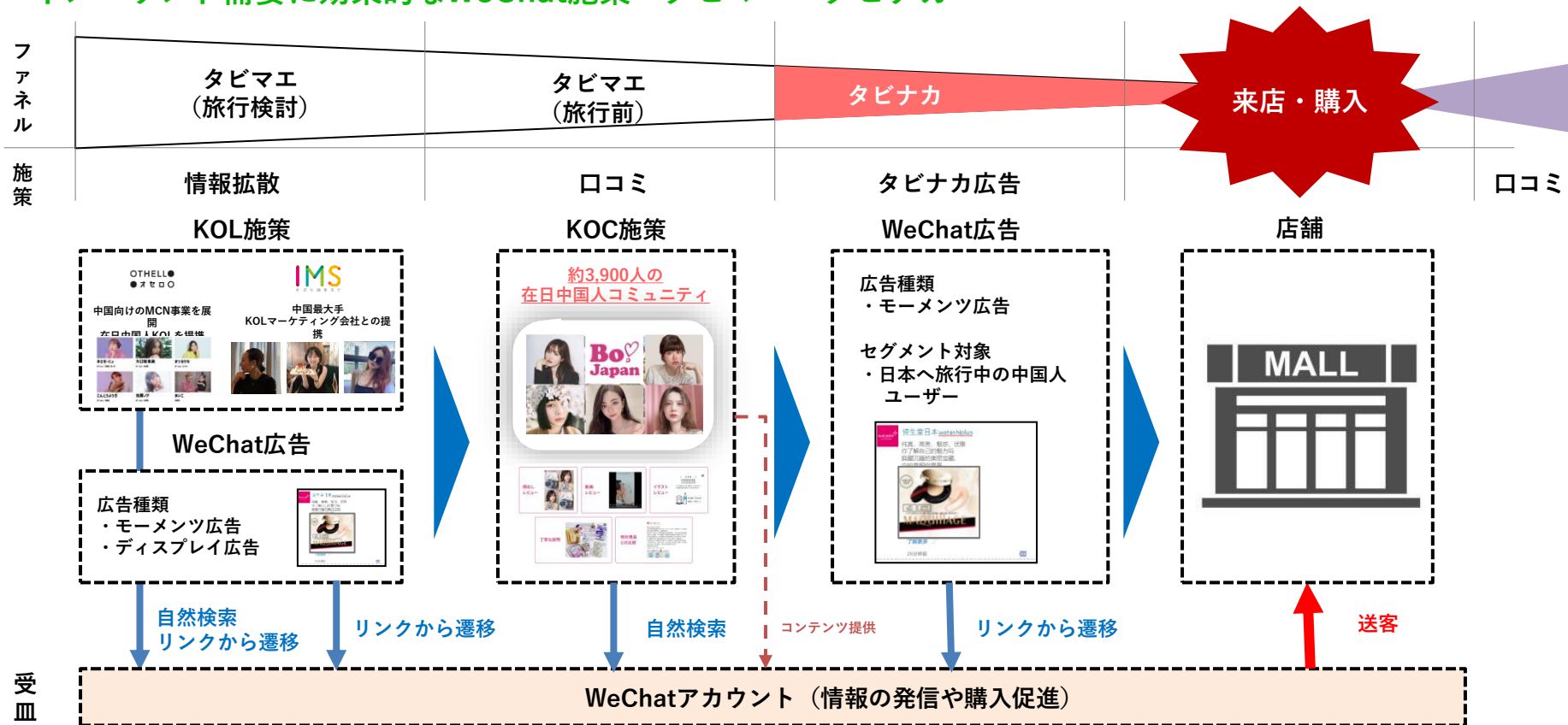


※地図上から居住地や訪問地を選択することもできます

※広告のターゲットに合わせた情報設定にしましょう

WeChat広告の攻略方法<活用事例>

インバウンド需要に効果的なWeChat施策～タビマエ・タビナカ～



WeChat视频号



视频号からつながるプロモーション①

视频号で関連動画から公式アカウントへ誘導しましょう

视频号

视频号はTikTokやLINE「VOOM」のような動画投稿です

- 「発見」→「チャンネル」から視聴できます
- 個人アカウントからしか投稿できません
→企業の公式投稿も個人アカウントを紐づけて発信する必要があります
- ユーザーの興味関心、居住地域、友人関係などからリコメンドされた動画が表示されます

動画沼ユーザーを
公式アカウントへ誘導しましょう

▼公式アカウントの例



※画面上部のタグから以下を選択

- ・フォローしているアカウント
- ・友達の「いいね」
- ・ホット動画

関連動画を次々閲覧可能

■テキスト欄の活用

- ・WeChat記事などのリンクを設置
- ・ハッシュタグを設置
- ・ユーザーからのコメント

视频号からつながるプロモーション②

ライブ配信でタイムリーに情報を発信しましょう

ライブ配信

视频号ではライブ配信も可能です

○ライブ配信で店舗情報、セール情報など「今」伝えたい情報を「今」伝えることができます

○ライブ配信の場合は事前に配信内容の審査が必要です

※通常配信の場合も動画審査があります

ライブ感で集客を呼ぶチャンスです。

リアルタイムコミュニケーションでユーザーとの距離がぐっと近づきます。

▼公式アカウントの例



日本の紅葉を伝えるライブ配信



ライブ配信で商品紹介し販売



WeChatコミュニティ



ファンコミュニティの活用方法①

WeChat内にファンコミュニティを構築しましょう

ファンコミュニティ

WeChat内の**ファンコミュニティ**とは企業とファンがオープンにやり取りできるグループトークのような機能です

○企業とファンが双方向に交流することで、リピーター満足度や公式アカウントの活性化につながります

○店舗や公式アカウントにファンコミュニティのQRコードを設置してコミュニティへ誘導することで、新規ファンを獲得しましょう

オフライン・オンライン両方の経路から
効率的にファンを獲得しましょう

▼ファンコミュニティの例



↑店舗にあるQRコードを読み込むとコミュニティに誘導されます

店舗での声掛けや、その場で使えるクーポンの配布などで参加を促す工夫も大切です

ファンコミュニティの活用方法②

ファンコミュニティで顧客と双方向のコミュニケーションをとりましょう

ファンコミュニティ

- コミュニティ内で新商品や割引キャンペーンの案内、クーポン情報などを発信します
- 更新頻度をあげたり、質問を投げかけることでユーザーからの発信を促しましょう
- 質問やクレームには真摯に対応し、双方向のコミュニケーションを大切にしましょう
- 外部に運用を委託する場合は、顧客対応に企業の意向が反映されるよう、運用担当者と企業側担当者の連携が重要です

「商品を買ったら写真を送ってね！」などの呼びかけで
ユーザーの投稿を活性化しましょう

ファンが楽しめるコミュニティ作りが大切です

▼ファンコミュニティの例



(Appendix)
アライドアーキテクツのWeChat支援



中国SNSでの公式アカウントの開設・運営

商標などの必要書類を提出することでアカウントの開設・運営を行うことが可能です

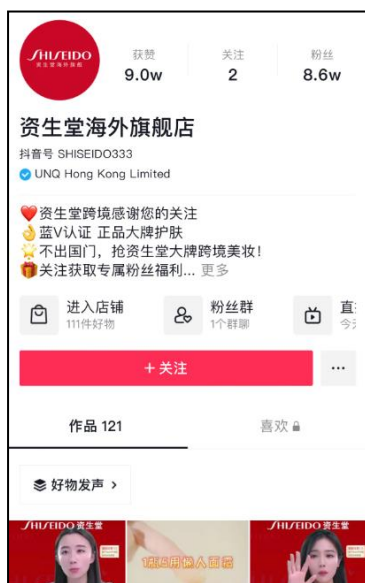
小红书 RED

WeChat

微博 Weibo

抖音 Douyin

bilibili



スケジュール

アカウント立ち上げ・認証取得まで約1か月ほどの時間がかかります。
認証取得期間中にアカウントの方針や投稿を準備します。
(WeChat以外のSNSでは投稿開始後に認証取得することもできます。)

スケジュール	1か月目	2か月目	3か月目	4か月目	5か月目	6か月目	7か月目	8か月目	
認証取得	書類準備 申請 立ち上げ	認証取得							
公式アカウント運営代行	方針策定 担当決め 投稿作成	運営代行							
レポート			レポート			レポート		レポート	

実施プラン

プラン	プラン内容	金額
WeChatアカウント 立ち上げ支援	<ul style="list-style-type: none"> ・アカウント立ち上げ ・認証取得業務 ・初期設定（画像・プロフィールなど） ※認証取得費用99ドルを含めます。	別途ご提示
WeChatアカウント 運営代行	<ul style="list-style-type: none"> ・WeChat投稿代行： ①通常投稿：2投稿/月 ・投稿文の制作（修正は最大1回まで） ・コメント返信（5回/投稿） ・レポート作成：2か月に1回 ※投稿素材は貴社よりご提供をお願いします。	別途ご提示
WeChat ファングループ構築	<ul style="list-style-type: none"> ・運営方針策定/運営体制の構築 ①グループへの発信：4回以上/月 ・投稿文の制作（修正は最大1回まで） ・レポート作成：2か月に1回 ※投稿素材は貴社よりご提供をお願いします。	別途ご提示
WeChat動画アカウント 運営代行	<ul style="list-style-type: none"> ・WeChat動画アカウントの開設 ・運営方針策定/運営体制の構築 ・WeChat動画投稿代行：①通常投稿：4回/月（動画） ・投稿文の制作（修正は最大1回まで） ・コメント返信（5回/投稿） ・レポート作成：2か月に1回 ※投稿素材（動画）は貴社よりご提供をお願いします。	別途ご提示

※商材によってはファングループの運営を代行ができない場合がございます。（要ご相談）

実施プラン

プラン	プラン内容	実施費用	単位
中国向け UGC動画制作	<ul style="list-style-type: none"> ・ 動画制作者のキャスティング（弊社にて選定します） ・ UGC動画作成（字幕付けはできません） ・ 動画修正：最大1回まで ・ 2次利用：中国向けサイトに活用可能 <p>【動画の修正範囲】</p> <p>修正できる範囲）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ブランド、商品名、企業名の記載誤り <p>修正できない範囲）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 動画シナリオ変更（※基本的には動画の撮り直しになるため） ・ 動画アニメーション変更 	別途ご提示	1本
動画の中国向け加工 （中尺動画）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象：日本国内向け配信している動画 ・ 動画尺：1分～10分 ・ 中国向けの加工内容について <p>①中国向けサムネイル付け ②中国向け字幕付け</p> <p>※動画素材は貴社よりご提供いただきます。</p>	別途ご提示	1本
中国SNS広告出稿代行	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象：日本国内向け配信している動画 ・ 動画尺：1分以内 ・ 中国向けの加工内容について <p>①中国向けサムネイル付け ②中国向け字幕付け</p> <p>※動画素材は貴社よりご提供いただきます。</p>	別途ご提示	1式
中国SNS広告出稿代行	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中国SNS：Weibo・Douyin・WeChat ・ SNS広告運営代行（手数料：25%） ・ SNSアカウントへの広告チャージ費用 	別途ご提示	1式

＜お問い合わせ先＞

アライドアーキテツ株式会社

中国進出支援事業

Mail : gl-all@aainc.co.jp