

1. ホームページ（キーワード：情報保管箱）

- ・プロフィール、政策など情報の保管場所
- ・インパクトのある写真と大きな名前
- ・分かりやすいキャッチコピー
- ・カテゴリ分け、キーワード検索など情報を取り出しやすく
- ・CMSを導入し、簡易的な更新は事務所スタッフが行う
- ・お問合せフォームにはSSL（暗号化）を導入する
- ・個人情報を取り扱う場合は利用目的を必ず明記する
- ・グーグルアナリティクス（アクセス解析）の導入

2. ブログ（キーワード：情報発信源）

- ・情報発信源（情報の起点）はブログにする
- ・カテゴリ分けとキーワード、タグで整理する
- ・記事ごとにシェアボタンを設置する

3. Facebook（キーワード：写真重視）

- ・Facebookは写真がすべて（インパクト・印象的な写真）
- ・ポスターのような格好の良い（綺麗な）写真を投稿する
- ・顔の入った写真を投稿する（単純接触効果）
- ・自分がして欲しいことをまず友達にしてみる（返報性の原理）
- ・友達の共感できる投稿をシェアして紹介する
- ・旬な話題に自らの専門的な見解を加えた記事を投稿をする
- ・ポジティブな情報を選び共感を意識した投稿をする

4. Twitter（キーワード：ツイートは朝・昼・晩）

- ・フォロワーが求めている情報を提供する
- ・投稿するタイミングを考慮する（情報の賞味期限）
- ・ブログ記事の紹介は朝、昼、晩と何度もツイート

5. メールマガジン（キーワード：仲間意識）

- ・ブログやSNS向きではない情報の配信（クローズだから言えること）
- ・長文は避ける（長文はブログに書いてURLを掲載）
- ・事務的な文章はなるべく避ける
- ・一番伝えたいことを分かりやすく書く
- ・動画を活用する（URLを知っている人のみの非公開動画活用）

6. YouTube（キーワード：人柄をアピール）

- ・文字や顔は大きく分かりやすく（大半の人はスマホで見ている）
- ・プロの映像ではなく身近な動画を撮る（親近感）
- ・キャッチーなキーワードをタイトルに（動画はタイトルで決まる）
- ・60～90秒（1分で表示できる文字は200文字）
- ・テロップを入れる（会社で見てる人は音が出せない）
- ・視聴回数の多い動画が出てきたらそのテーマを追う
- ・スケジュールを決めて定期的に配信する

7. Ustream（キーワード：双方向で交流）

- ・配信する前に様々な媒体で視聴者を募っておく
- ・視聴者からのコメントは必ず読む
- ・配信は必ず録画してYouTubeにアップロードする

8. セキュリティ（キーワード：責任者を決める）

- ・パソコン管理者を決めて常にOS、アプリを最新の状態にしておく
- ・パスワード管理を徹底する
- ・パソコンにはすべてセキュリティソフトをインストールする
- ・セキュリティの動向はシマンテックなどで毎日チェックする
- ・ホームページ更新やSNS投稿は決められた人だけにする
- ・パソコンから離れる時はログインしたままにしておかない