

Twitterでの伝え方を考える

ワークシート

ガイド: このPDFを印刷または編集し、質問に答えることで、Twitterでの伝え方を明確にしていきましょう。

01 ガードレールを設定する

ツイートの一般的なガイドラインを設定します。こうすることにより、創造力を発揮しながら、ブランドセーフなツイートを発信できます。

ツイート本文

含めるキーワード、フレーズ、トピック（テーマ、スローガンなど）

含めないキーワード、フレーズ、トピック（競合他社の名前、以前の自社タグラインなど）

メディア

画像または動画に含めるもの（多様性に配慮した表現、会社のロゴ、商品の配置など）

画像または動画に含めないもの（著作権を侵害する素材が含まれていないか、バーの内装はOKだが酔っばらっている人物はNGなど）

絵文字

ブランドに関連し、関心を惹きつける絵文字

使用不可の絵文字（武器、ジェンダーを区別する表現など）

注意レベル:



02 ペルソナを設定する

以下の空欄を埋めて、ブランドを実際の「人」としてイメージしてみましょう。ブランドとは言っても、結局は、「人」がツイートしているのですから。

あなたのブランドが「人」だったら...

好きなレストランは _____。

お出かけファッションは _____。

キャッチフレーズは _____。

一番よく使う絵文字は _____。

カフェでよく頼むのは _____。

パソコンの壁紙は _____。

一番よく電話する相手は _____。

ペットはで _____ 名前はです _____。

一番よく聴くアルバムは _____。

絞り込む

ブランドとやり取りした後に感じてほしい事は _____。

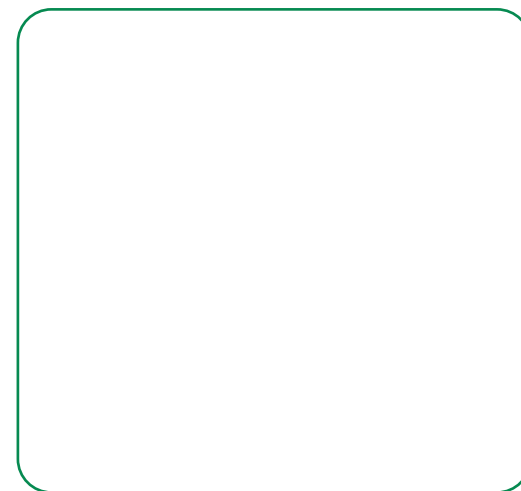
その気持ちを考えたときに私が思い浮かべる3つの言葉は _____、_____、そして _____。

そのように私が感じるブランドは _____。

そのブランドのトーンは _____ および _____。

似顔絵を描く

あなたのブランドがもし「人」だったら、
どんな顔をしていますか？



03 練習あるのみ!

最初の2つのエクササイズを念頭において、練習用ツイートを作成しましょう。

ブランドボイスに合うツイート:

ブランドボイスに合わないツイート: