

「簡単初期設定ナビ」を追加しました
リウムのふじたです。昨日2時間かけて自分のiPhone4をiOS5にアップデートしました。
個人的に期待していた音声インターフェイス「Siri」はiPhone4Sでしか動作せずがっかりでしたが、フリック入力など細かい操作性が改良されていて更に満足度アップです。購入後も改良されていく物っていいですねえ。

改良といえば、勿論弊社の新サービスリウムスマイル！も日々改良を重ねております。先ほども「簡単初期設定ナビ」を追加いたしました。お申込みいただいて一番最初にログインしていただいてから、ホームページやお問い合わせフォー

ムなどが完成するまでの手順を1ステップづつご案内させていただきます。
これでさらにパソコンが苦手な方でもサッとカッコいいホームページが作れるシステムになったのではないかと思います！
「簡単初期設定ナビ」は、リウムスマイル画面右上にあるボタンからご覧いただけます。



藤田 憲一
取締役最高技術責任者

眼鏡と靴を買いました。
3年半ぶりに…。

デザインがカッコイイな！シンプルなのにいい感じ！というサイトを見つけた時、スクリーンショットをとり、どこが良かったか、なぜ良く見えるのかを考えて、コメントをつけています。

ふと入った雑貨屋さんの1つの商品、カフェのマグカップ、いろんな気に入ったものも、写真に撮ります。そして、iPadなどで好きなときに眺める。

自分の趣味でもありますが、それが次の良いデザインスキンを生み出すプラスの材料になります。一見自分には関係のないようなことでも目を向けてみると新しい楽しい発見がありますよ！

WEBデザイナーの一ちゃん デザイン のある生活

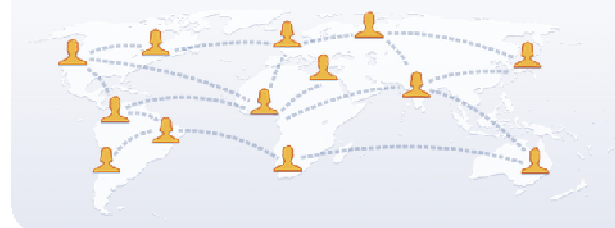
とにかくデザインをメモメモ！
な生活してます！



の一ちゃん
WEBデザイナー
1年半頃から9人制のバレーボールチームに所属しています。初めての団体競技でチームワークの素晴らしさを実感中！

facebook

Facebookを使うと、友達や同僚、同級生、仲間たちとつながりを深められます。ケータイ、スマートフォンからもアクセスできます。



facebookって
どないやねん。

facebook

ってどないやねん。

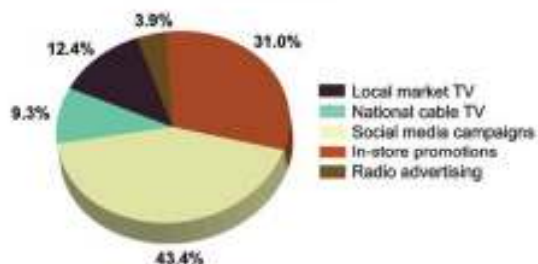


代表取締役お客様係
穂口大悟
2歳の娘が「とうちゃんイヤ」としゃべれるようになりました(涙)

アメリカの飲食店経営者が2011年最も注目するマーケティング手法は「ソーシャルメディアキャンペーン」

アメリカでは2011年はfacebookに代表される「ソーシャルメディア」が一般消費者に浸透し、集客や販促に使われ始める「ソーシャルメディアマーケティング元年」と言われているようです。年初の飲食店経営者向けアンケートでも、最も興味あるマーケティング手法のトップに「ソーシャルメディアキャンペーン」をあげています。

The most important aspect of my restaurant's marketing plan in 2011 will be...



Outlook 2011: Operators predict more hiring, social media
(http://www.nrn.com)

Facebookの特徴は「実名性」「現実補完性」「リアルタイム性」

お店はfacebookをどう捉えるべきなのでしょう。そのヒントはfacebookの特徴をつかむことにあります。下の図のような特徴をつかみ、実際に体感してから自分のお店の強みを活かせるかどうか、活用のポイントではないでしょうか。

特徴1

実名性

参加者は原則として全員実名での登録

お店にとって？

炎上しにくい

お店への中傷などは起こりにくい、本当に起こった時は通常のネットより深刻。

特徴2

現実補完性

現実社会での「つながり」を補うような機能

お店にとって？

口コミの基盤に

現実世界での口コミを加速させる基盤として利用できそう。悪い口コミには注意。

特徴3

リアルタイム性

行動や言動が瞬時に広がっていく

お店にとって？

即効性を利用

お店の「今」を伝えられれば、リアルタイムな販促に活用することも可能かも。

リウムスマイル！のfacebookページははじめました。



お店でどう使えるのか実験しております。

話題のfacebook。実際お店でどう使うのか。そのキモは「facebookページ」の活用にあるとナラんです。まずは実験として、リウムスマイル！のfacebookページを作成している仕込んでみえます。

<http://www.facebook.com/riumsmile>

第一弾企画は「10日で作るホームページの素」講座をリウムスマイル！facebookページで実施しようかと思っております！

ご興味があれば、まだ実験段階ですがのぞいてみてください。

季節のタイムリー感を販売促進に利用しよう！
使える！お店のData集

11月

冬到来！ 季節の変わり目はチャンス



年末の盛り上がりを控え、消費も一段落になりがちな11月。気候は本格的な冬を迎える時期です。お客様の「肌感覚」に訴える販売促進を検討してみましょう！

●11月のキーワード

冬に合わせたキーワードを活用しよう

■レジャー・アウトドア

レジャー・アウトドア用品・外出着

■防寒

アウターや肌着

■ギフト・お歳暮

お歳暮予約・早割り
食料品・日用雑貨のまとめ買い

■ハロウィン

お菓子・パーティグッズ・おもちゃ

■七五三

食会・外出着・カメラ・ビデオ関連商品

●11月の気候

後半から一気に冬！
寒さを感じやすい季節です

	平均気温	最高気温	最低気温	相対湿度
上旬	15.3	19.7	11.5	65
中旬	13.4	17.3	9.7	64
下旬	11	15	7.2	63

大阪 1971～2000 の平均値 気象庁HP気象統計情報

気候も良くなり、レジャーやアウトドアなど外出が活発になる時期です。後半は冷え込みが本格化すると共に、年末やクリスマスが視野に入ってきますので徐々に慌しい雰囲気になってきます。

ピックアップイベント

ハロウィン



10月31日
日本でも徐々に浸透してきました。子どもたちが仮装して家々を回りお菓子をもらう行事。今では、日本の小学生の間でも仮装ハロウィンパーティを開くのは普通なのだから。

七五三



11月15日
3歳5歳7歳のこどもの成長を祝う神社や寺に参る行事。現在では性別に関係なく行われることが多いそうです。また写真の撮影は必須なんですって。

ワンポイントアドバイス

季節データの活用はもう一歩の想像力にあり！

「季節の販促データが自分のお店の内容にマッチしないので、使えない」というご相談をよく受けます。…むむむ。一般的なデータは、そのまんまお店で利用することは難しいんですね。そんな時は、データからもう一歩想像力を働かせてみてください！きっと、あなたのお店にあうデータが見つかりますよ！

例
良い気候→アウトドア→日焼け
→秋の日焼けケア！

