



ミュンヘン日本人会主催

LinkedInセミナー



March 19th, 2025

Prepared by Storymaker

セミナー概要

- | | |
|-------------|--------------------|
| 14:10-14:20 | 講師紹介 |
| 14:20-14:30 | LinkedInの基本 |
| 14:30-14:40 | プロフィールの最適化 |
| 14:40-14:50 | 投稿作成のコツ |
| 14:50-15:00 | LinkedInの用途別活用方法 |
| 15:00-15:10 | まとめ |
| 15:10-15:30 | 質疑応答 |
| 15:30-16:30 | レセプション&プロフィール写真撮影会 |



会社概要 STORYMAKER

設立年	2001年
拠点	チュービンゲン（本社）、ミュンヘン、ベルリン
住所	Schwanthalerstraße 73, 80336 München（最寄駅：中央駅とTheresienwiese駅）
共同代表	ハイドルン・ハウク、ビョルン・アイヒシュテット、テレーザ・スチュアート
社員数	30名
キーワード	コミュニケーション、ストーリー、テクノロジー、東アジア（日中韓など）



私たちの強み

安心のチーム体制



相談しやすい日本語対応の窓口と
現地ネイティブメンバーによる
企画・制作で高品質を担保。

日本事業は全社の20%。
ドイツ&国際プロジェクトの
知見も活かします。

“伝わりやすい”を重視



単なる「翻訳」ではなく、
伝わるストーリーや
高度なローカライズを提供。

技術的なテーマも
分かりやすく魅力的に
発信します。

日独の業界ネットワーク



ドイツのメディアや日本駐在記者
から「日本専門家」として
定評と信頼があります。

テックメディアとのパートナ
シップなどにより、日本企業も
取り上げられやすい環境を整備。

サービス内容

ストーリー開発

ストーリーワークショップの実施や
コミュニケーションコンセプトの設計など

コンテンツ企画・制作

記事執筆、グラフィックデザイン、企業紹介動画、
プレゼンテーション資料、社内報、ウェブサイト、
ファクトシート、ホワイトペーパー、企業漫画など

PR・メディアリレーション

プレスリリース、寄稿記事の執筆、
記者会見・取材アレンジメントなど

展示会周辺サポート

展示会向け資料作成、メディア誘致、動画制作、SNSなど

SNSの戦略立案・運用サポート

LinkedInやInstagramなど企業・個人アカウントサポート

コンサルティング・リサーチ

コミュニケーション戦略立案、
市場調査、ビジネスマッチングなど

お客様事例 一部抜選



コンテンツ企画・制作



広報PR・ストーリー開発



SNS戦略・運用

日本企業との取り組み



講師紹介

ビョルン
アイヒシュテット



- 邦画や漫画、80年代のJ-POP、和食などをこよなく愛する親日家。
- 2001年に STORYMAKERに研修生として入社。
- 現在は、同社の共同代表及びマネージングディレクター。
- 2012年に 日本事業部を立ち上げて以来、50回以上日本を訪問し、累計50社以上の日本企業のドイツ向けの広報活動を支援。
- 2020年にオンラインメディア 「J-BIG - JAPAN BUSINESS IN GERMANY」を創刊。
- 2020年より日独産業協会（DJW）の特別顧問を、2023年よりバイエルン独日協会（DJG BAYERN）の役員を務める。

講師紹介



大浦詩織カミラ



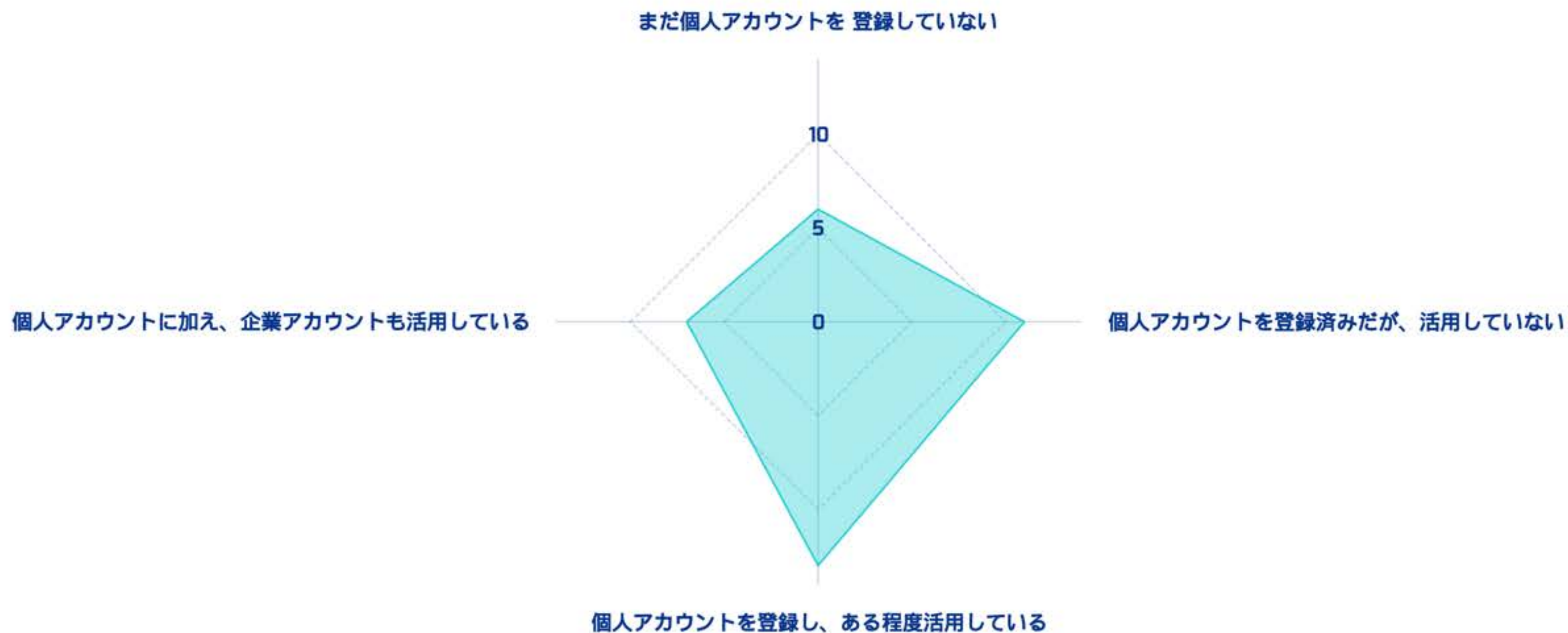
- ミュンヘン生まれ、10歳で京都へ移住。
- 立命館大学在学中、ミュンヘンにあるメディア専門の大学に1年間留学しその傍ら展示会通訳を務める。日本製品の魅力と、日本企業が直面するコミュニケーションおよびローカライゼーションの課題を実感。
- 日本のクリエイティブ企業の広報インターンを経て、2019年にSTORYMAKERに入社し、翌年にJ-BIGの立ち上げに携わる。ジャパンデスクを担当し、日本企業の窓口として広報支援を多数実施。
- 社外活動として、2021年～2023年にはドイツニュースダイジェストの地域レポーターを担当し、2023年よりミュンヘン日本人会の役員を務める。



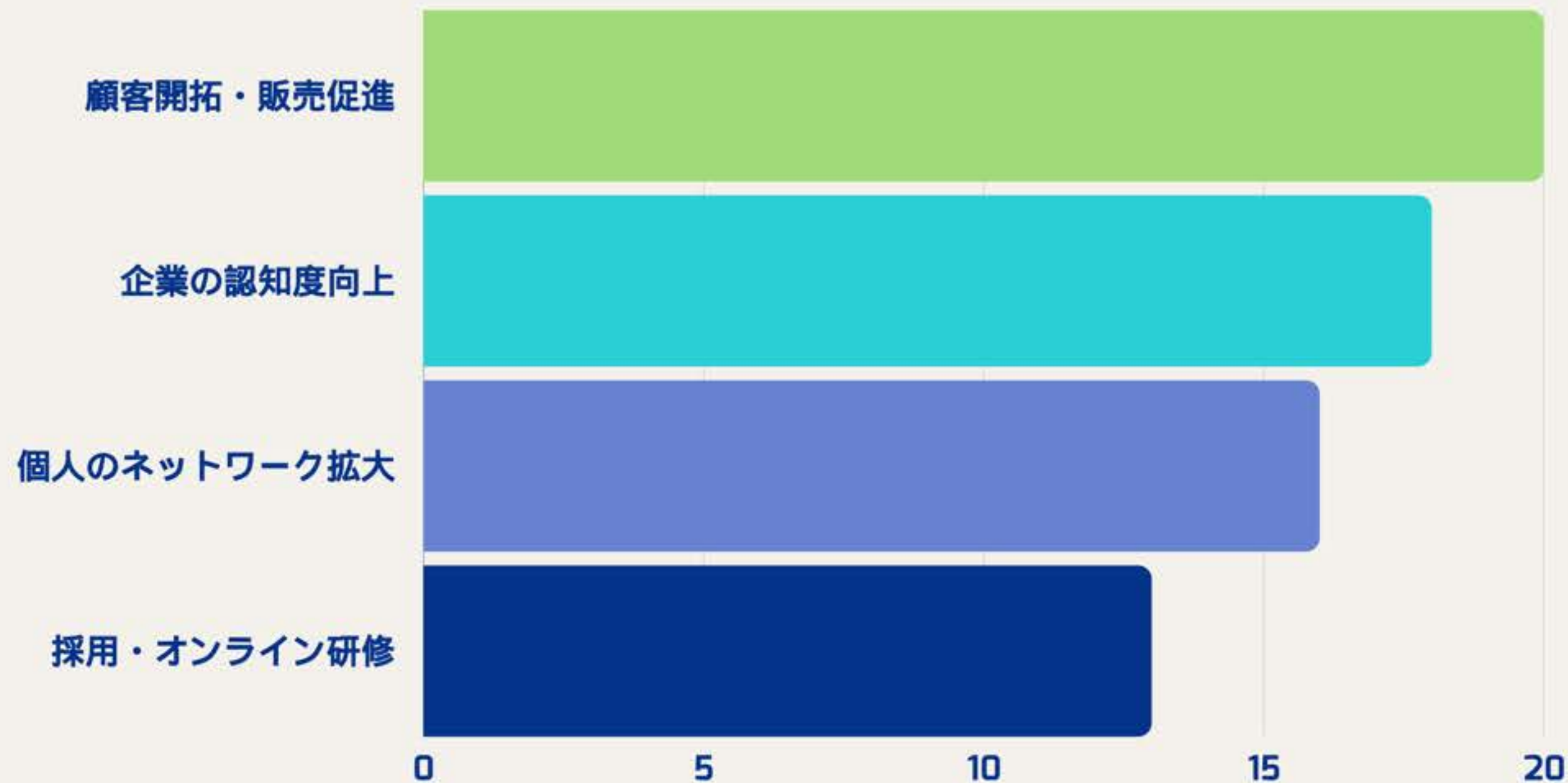
Status Quo on how our participants are using LinkedIn

ご参加の皆様 の LinkedIn活用状況

LinkedInの活用状況



LinkedInの重点分野



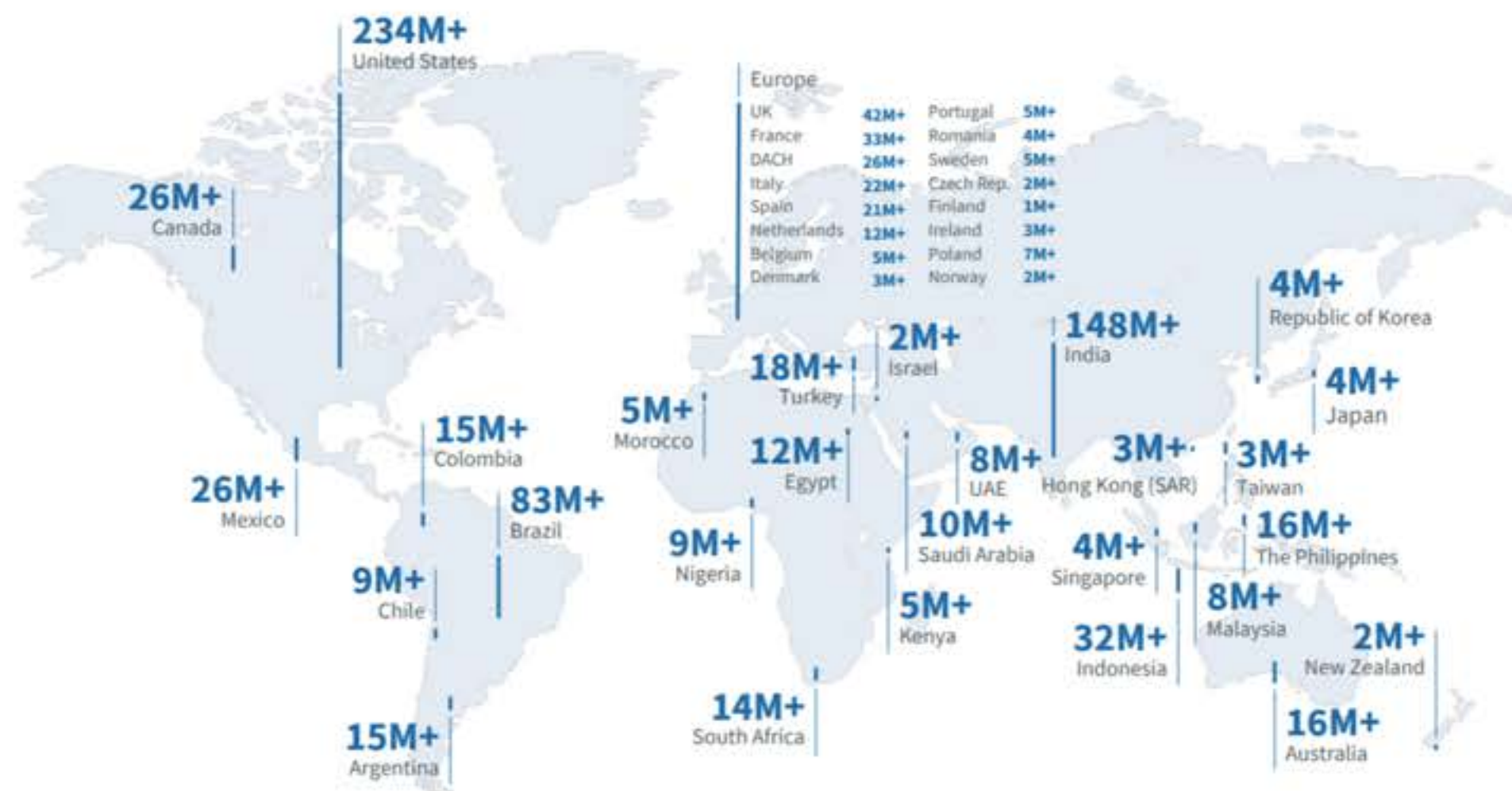
ご参加の皆様に関心分野

- LINKEDINの基本理解・新しい活用法の学習 ... 4名
- 法人向け活用（B2B・企業アカウント運用改善） ... 3名
- 企業の認知度向上（LINKEDIN運用成功例・施策） ... 2名
- 個人のキャリア活用（転職など） ... 1名
- 人脈強化 ... 1名

欧州において LinkedInが重要な理由

LinkedInの普及率

More than 1 billion members in 200 countries and regions worldwide*



*FY25/Q2 Membership: numbers are updated quarterly after Microsoft Earnings

全世界：10億人以上

ドイツ語圏：約 2600万人

※ 人口の約30%

日本：約 400万人

※ 人口の約3%

B2B企業のSNS、どれにするか問題・・・



LinkedInは、実名顔出しで繋がるビジネスメディア

- Xは匿名性が高く相手の身元が確かめにくい...
- InstagramはB2C向けが目立つ...
- Facebookは日本ではビジネスシーンで使われることもあるが、プライベート色が強くネットワークの発展は見込めない...

LinkedInが解決!

各SNSの比較表

LinkedIn		実名登録が必須で、ビジネスネットワーク構築に特化した SNS 。 B2B マーケティングや転職活動に最適で、業界別ターゲティングや企業リサーチが容易。採用活動やブランディングにも活用可能。
Facebook		実名登録が基本だが、プライベート利用が中心。企業向けには地域密着型マーケティングに適するが、LinkedInほどのビジネス効果は期待できない。
Instagram		画像・動画でブランドをアピールする SNS 。若年層やクリエイティブ職への訴求力が高く、 B2B でも社員紹介などに活用可。インフルエンサーマーケティングとも相性が良い。
X (旧Twitter)		リアルタイムの情報発信に強い匿名性の高い SNS 。ニュースやトレンド拡散に適しているが、ビジネスネットワーク構築には不向き。短文投稿が中心で、詳細な情報共有には制限がある。
TikTok		短尺動画で若年層に強い SNS 。エンタメ性が高く、短時間で拡散されやすい。ブランド認知には有効だが、フォーマルな情報発信には不向き。

B2B企業がLinkedInに期待できる点

リードジェネレーション

詳細なターゲティング

B2Bマーケティング

信頼性の向上

LinkedInは「名刺」以上の存在



- 欧州においてLinkedInは、**名刺**であり、**履歴書**であり、**信頼の可視化**である
- 展示会で会った人や気になった会社を調べる時、まずLinkedInで検索する人が多い

この際に、

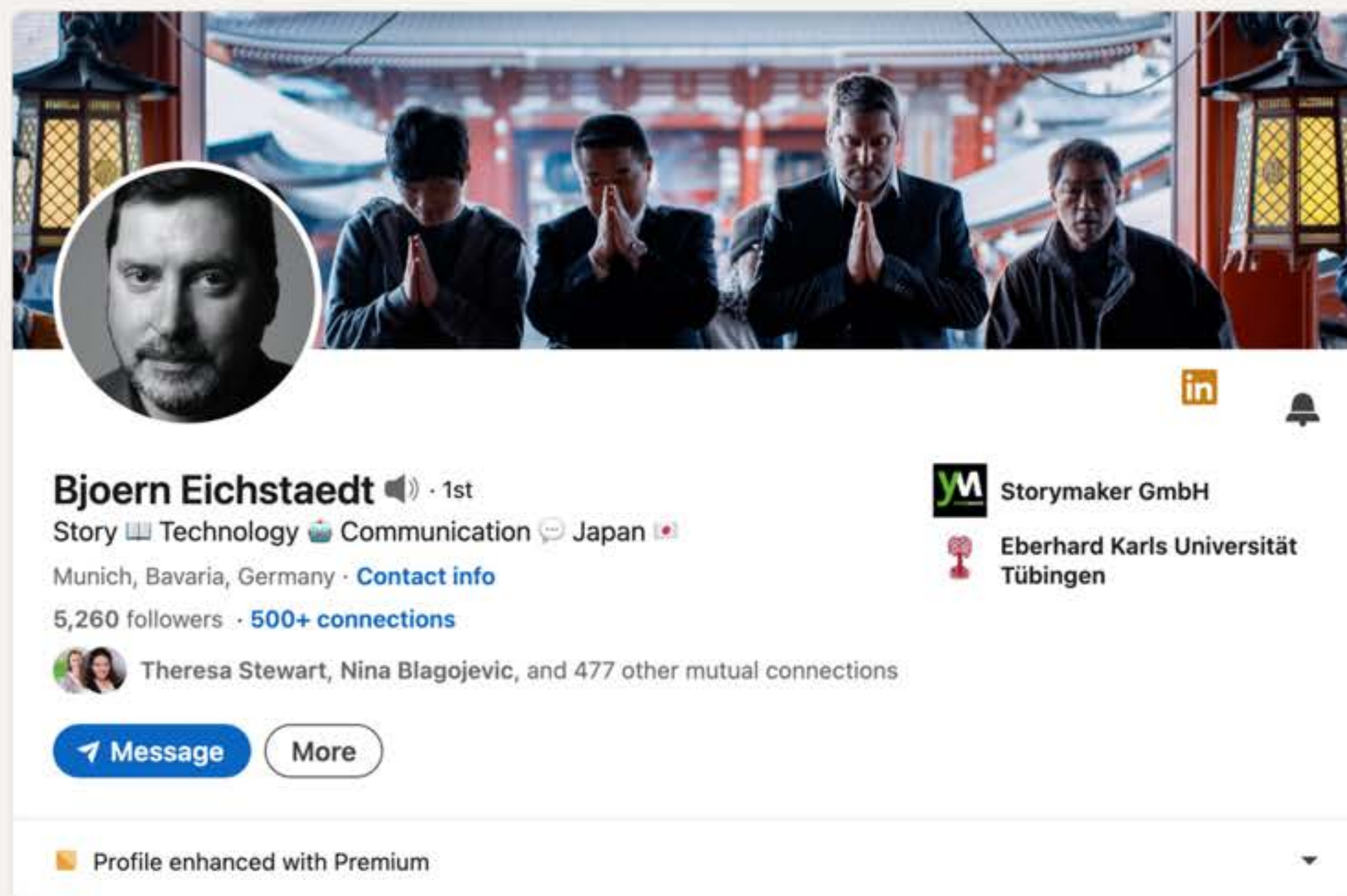
- 企業アカウントが存在しない、存在するが従業員の登録がない、最後の投稿が数年前
- 個人アカウントが存在しない、もしくはプロフィールの内容が乏しい、コンタクト数が少ない

せっかくのビジネスチャンスを逃してしまう可能性がある！



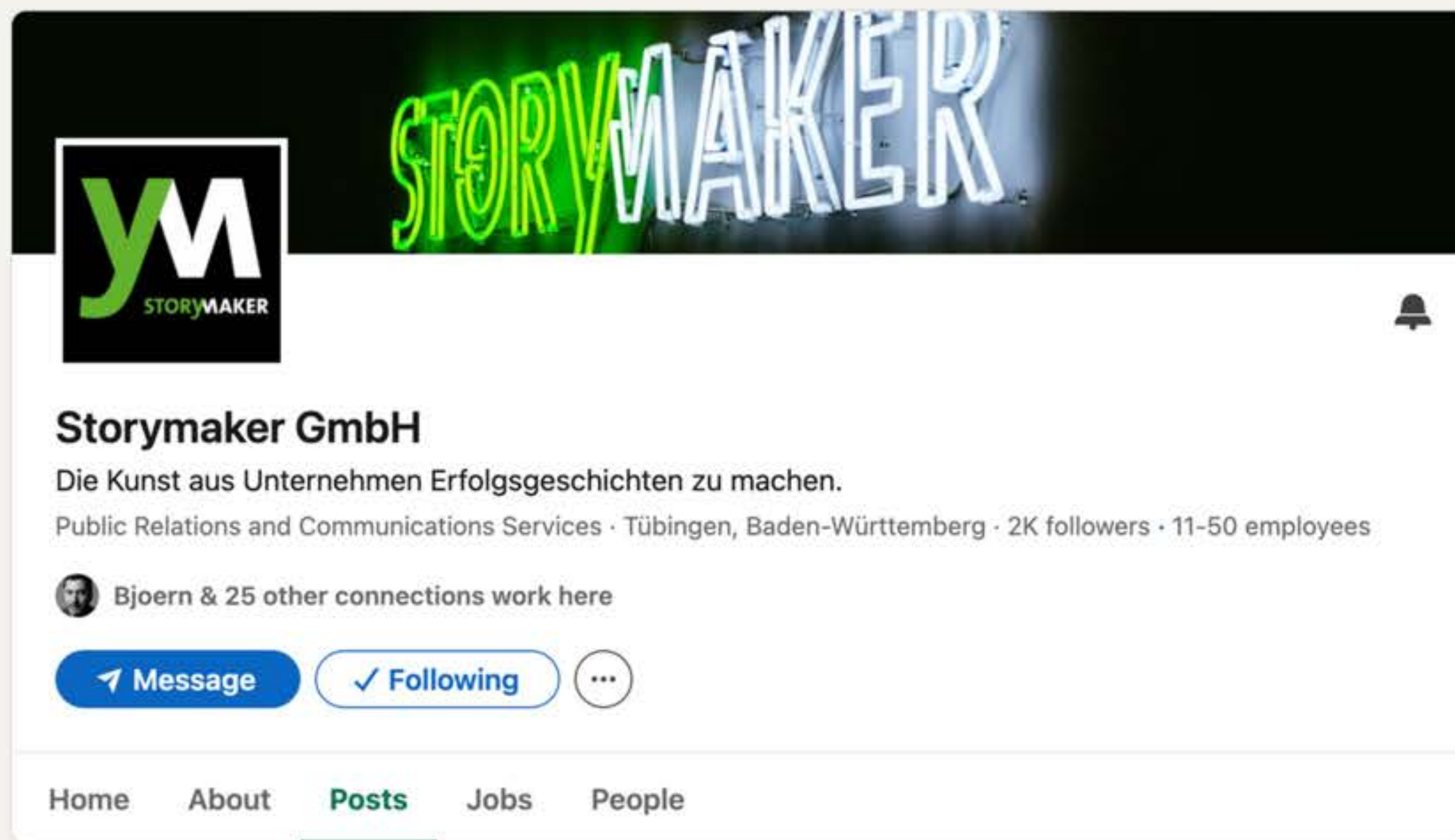
LinkedInの基本 アカウントの種類

個人プロフィール



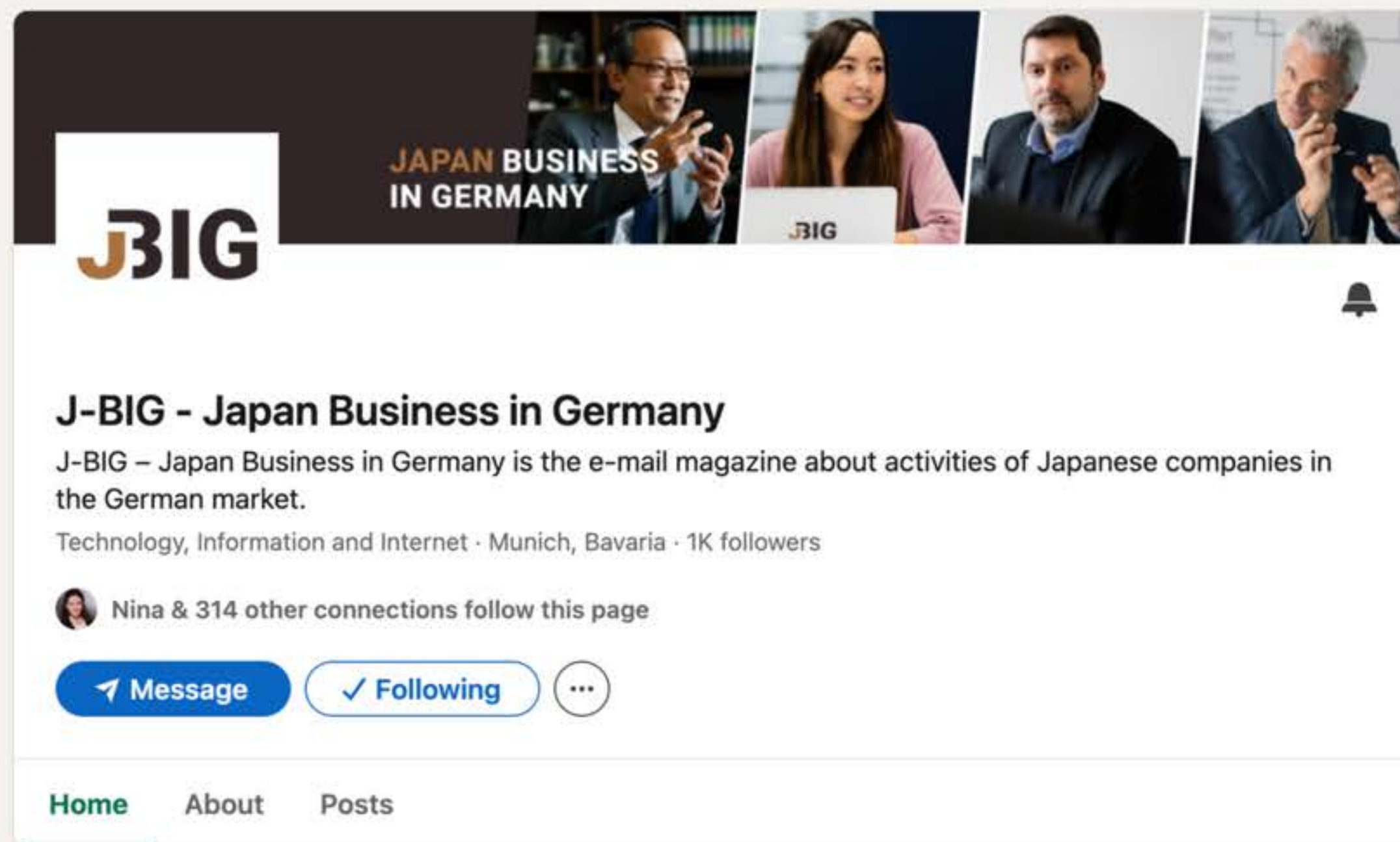
- 個人のキャリア、スキル、実績などを表示する基本アカウント
- ネットワーキング、求職活動、情報発信などに活用
- 無料版と有料版（PREMIUM）が存在

企業 / 大学 / 組織 ページ



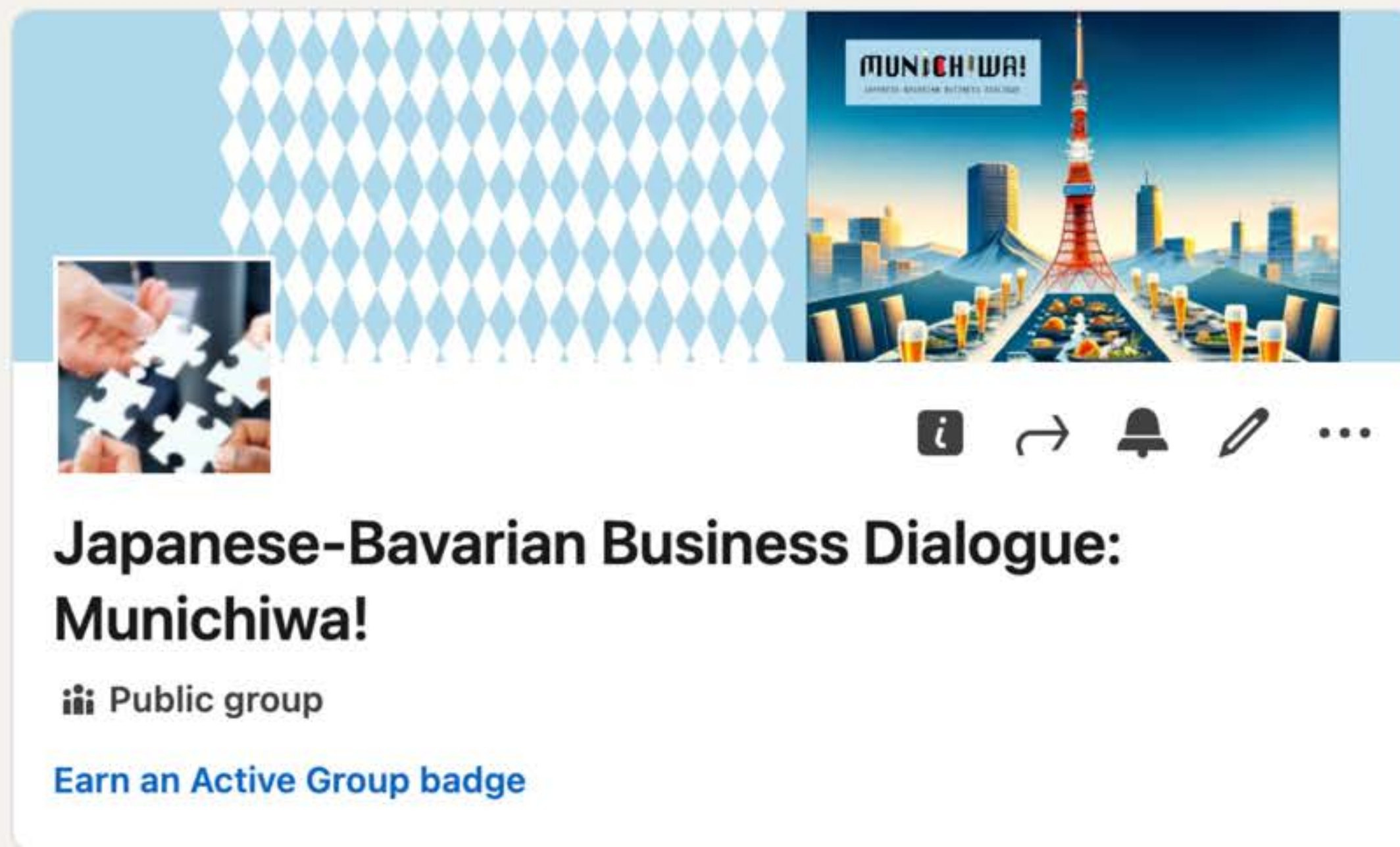
- 企業の公式情報、製品紹介、採用情報などを発信
- 従業員数や業界情報も表示され、フォロワー獲得が可能
- 分析ツールでページパフォーマンスを測定可能

ショーケースページ



- 企業ページの下位ページとして設置
- 特定の製品、サービス、事業部門に特化したコンテンツを発信
- 独自のフォロワーベースを構築可能

グループページ



- 特定のテーマや業界についてディスカッションを行うコミュニティ
- ドイツで業界・関心分野別の専門グループが活発
- 公開グループと非公開グループが存在し、グループ管理者によるコンテンツ管理と参加者の承認が可能

Your checklist to get off to a good start ✓

良いスタートを切るには... 基本のチェックリスト

個人プロフィールを立ち上げたら



- ☐ プロフィールの項目をできるだけ埋めてみる
- ☐ 知り合いや自社の同僚・社員を検索して繋がり申請してみる
- ☐ 同じ業界や日独コミュニティのプロフィールに繋がり申請してみる（無言でもOK）
- ☐ クリエイターやコーポレートインフルエンサーをフォローしてみる
- ☐ 気になる投稿に、自分の意見や感想をコメントしてみる
- ☐ 一貫した投稿言語を検討してみる（例：英語、日本語&英語、日本語&ドイツ語、日本語など）
- ☐ 自分が発信したい内容のキーワードを3つ程考えてみる（例：貿易・欧州・DXなど）
- ☐ プロフィール、ネットワーク、投稿内容がある程度このキーワードに沿っているか確認してみる



個人アカウントは、まずは実験的に、気軽に試してみるというのが始めやすい。影響力のあるマネジメント層の個人アカウントの運用は、代理店のサポートが入ることもある。

企業アカウントを立ち上げたら



- ☐ 企業プロフィールを完成させる
- ☐ 統一する投稿言語を検討する
- ☐ 社員に会社の公式アカウントをフォローしてもらう
- ☐ 社員に「現在の職場」として登録してもらう
- ☐ 企業アカウントの発信テーマを考える
- ☐ 投稿頻度やスケジュールを決める
- ☐ 投稿内容を統一するテンプレートやスタイルを決める
- ☐ 投稿の反応を分析し、運用計画を見直す



どんな「ストーリー」を伝えたいか、最初のコンセプトとその後の編集計画が重要。
社内のSNSチームを設けたり、代理店と協業するケースが多い。

Optimize your profile

プロフィールの最適化

プロフィールの最適化



Bjoern Eichstaedt 1st
Story Technology Communication Japan
Munich, Bavaria, Germany · [Contact info](#)
5,267 followers · 506+ connections

Storymaker GmbH
Eberhard Karls Universität
Tübingen

Theresa Stewart, Perle Kherakian, and 477 other mutual connections

[Message](#) [More](#)

Highlights

You both work at Storymaker GmbH
Bjoern started at Storymaker GmbH 18 years and 6 months before you did

2 mutual groups
You and Bjoern are both in Japanese-Bavarian Business Dialogue Munich and Japan Intercultural Consulting

[Message](#)

About

As a professional communicator and co-owner of the Germany-based communications agency Storymaker, I have been helping hundreds of companies, organizations and people for over 20 years to find and communicate their story. Towards the media, internet communities, a wide range of stakeholders and other cultures.

[See more](#)

Featured



Activity

Posts Comments Videos Images

Bjoern Eichstaedt · 1st
My next business trip to Japan is finally happening this May! 🇯🇵



Bjoern Eichstaedt · 1st
After a nice Munich lunch meeting with David Hagelstein and Khushyar Anwar of Start2 GmbH - discussing potentials for joint activities



[Show all posts](#)

Experience

Managing Partner / Co-Owner
Storymaker GmbH
Apr 2001 - Present · 21 yrs

Board Member
Deutsch-Japanische Gesellschaft in Bayern
Oct 2005 - Present · 1 yr 8 mos
Munich, Bavaria, Germany

Publisher
J-BIG - Japan Business in Germany
Nov 2005 - Present · 4 yrs 5 mos
Munich, Bavaria, Germany
"J-BIG - Japan Business in Germany" is a monthly digital business magazine, focusing exclusively on the topic of Japanese company's business in Germany - through interviews with top-level executives

Special Advisor Public Relations
DJW - Japanese-German Business Association
Sep 2000 - Present · 4 yrs 7 mos
Germany
The DJW is the biggest German-Japanese business association in Germany. As a member of DJW for many years, I am now a special advisor to Board and Management of the DJW around topics such as...

Guest Lecturer
Kyoto Startup Summer School
Aug 2017 - Present · 7 yrs 8 mos
Kyoto, Japan

Education

University of Tübingen
Diplom, Biologie
1993 - 2001

スキル

Skills

Social Networking

Endorsed by Dr. Matthias Ernst (mutual connection)

24 endorsements

[Endorse](#)

Marketing Communications

Endorsed by Uwe Lang and 3 other mutual connections

Endorsed by 3 colleagues at Storymaker GmbH

34 endorsements

[Endorse](#)

[Show all 25 skills](#)

Recommendations

Received Given

Itsue Yanagida · 1st
WATERLESS EB offset printing without any solvent
November 13, 2020, Itsue worked with Bjoern but they were at different companies
With all my experiences with Bjoern since 2017, I strongly recommend his skill of consulting in PR activities of Japanese companies in Europe. He has the deepest understanding of Japanese company culture and can give you the best advice in creating the attractive and true story of your company. He always delivers good points of view which I (Japanese person living in Germany) miss in terms of appealing our value and unique story to European customers. He is wide open for any kind of discussion so that you don't have to hesitate in bringing up any kind of issue. Rely on him and his great team and start better communication in Europe!

Curt Simon Harlinghausen · 2nd
MD, Solution Engineer & CEO (Chief Nerd Officer)
November 7, 2016, Curt Simon was Bjoern's teacher
Bjoern is an open minded and empathic world traveller with a deep understanding of brand ecosystems, digital transformation, content strategies and social media. I enjoyed our meetings and sessions every time and wish I could spend more inspiring time with Bjoern.

推薦文

Publications

"Wie können wir von Japan lernen, Björn Eichstädt?"
Think Twice Podcast · Jan 26, 2022

[Show publication](#)

2 hour long podcast interview about what Germany can learn from Japan (in German).

「飛び駒」でドイツの鉄道利用が増え、日本企業に好機到来の理由
Diamond Online · Mar 13, 2020

[Show publication](#)

Japanese language article about what Germany can learn from Japan in terms of rail traffic and train station organisation.

[Show all 8 publications](#)

Interests

Top Voices Companies Groups Newsletters Schools

Jeff Weiner · 3rd
Executive Chairman at LinkedIn / Founding Partner Next Play Ventures
10,420,764 followers

[Follow](#)

Tom Fishburne · 3rd
Markoonist Creator and Insightfully Funny Keynote Speaker
421,291 followers

[Follow](#)

[Show all Top Voices](#)

プロフィールの最適化

背景画像

1584 x 396ピクセル推奨

The image shows a LinkedIn profile for Camilla Shiori Speeter. The header section features a background image of the Tokyo Tower at sunset, a circular profile picture of Camilla, and her name 'CAMILLA SHIORI SPEETER' with the Japanese name '大浦詩織 カミラ' above it. Below the name is the tagline 'EVERY BRAND HAS A STORY. WE MAKE IT MEMORABLE.' The profile includes a 'Camilla Shiori Speeter' badge with a verification checkmark and '(She/Her)', followed by her title 'Account Manager in Tech PR & Communications with a strong German-Japanese network and a passion for storytelling', location 'Munich, Bavaria, Germany', and '500+ connections'. At the bottom are buttons for 'Open to', 'Add profile section', 'Enhance profile', and 'Resources'. The right sidebar shows 'Profile language' set to 'English', 'Public profile & URL' as 'www.linkedin.com/in/camilla-shiori-speeter', and a section titled 'See who's hiring on LinkedIn.' with an image of two people. Blue arrows point from Japanese text labels to specific elements: '背景画像' points to the header background, '認証バッジ' points to the verification badge, and '一貫したメッセージ' points to the profile picture and header area.

in Search

Home My Network Jobs Messaging Notifications

Reactivate Premium: 50% Off

大浦詩織 カミラ

CAMILLA SHIORI SPEETER

EVERY BRAND HAS A STORY.
WE MAKE IT MEMORABLE.

Camilla Shiori Speeter (She/Her)

Account Manager in Tech PR & Communications with a strong German-Japanese network and a passion for storytelling

Munich, Bavaria, Germany · [Contact info](#)

500+ connections

Open to Add profile section Enhance profile Resources

Public profile & URL

www.linkedin.com/in/camilla-shiori-speeter

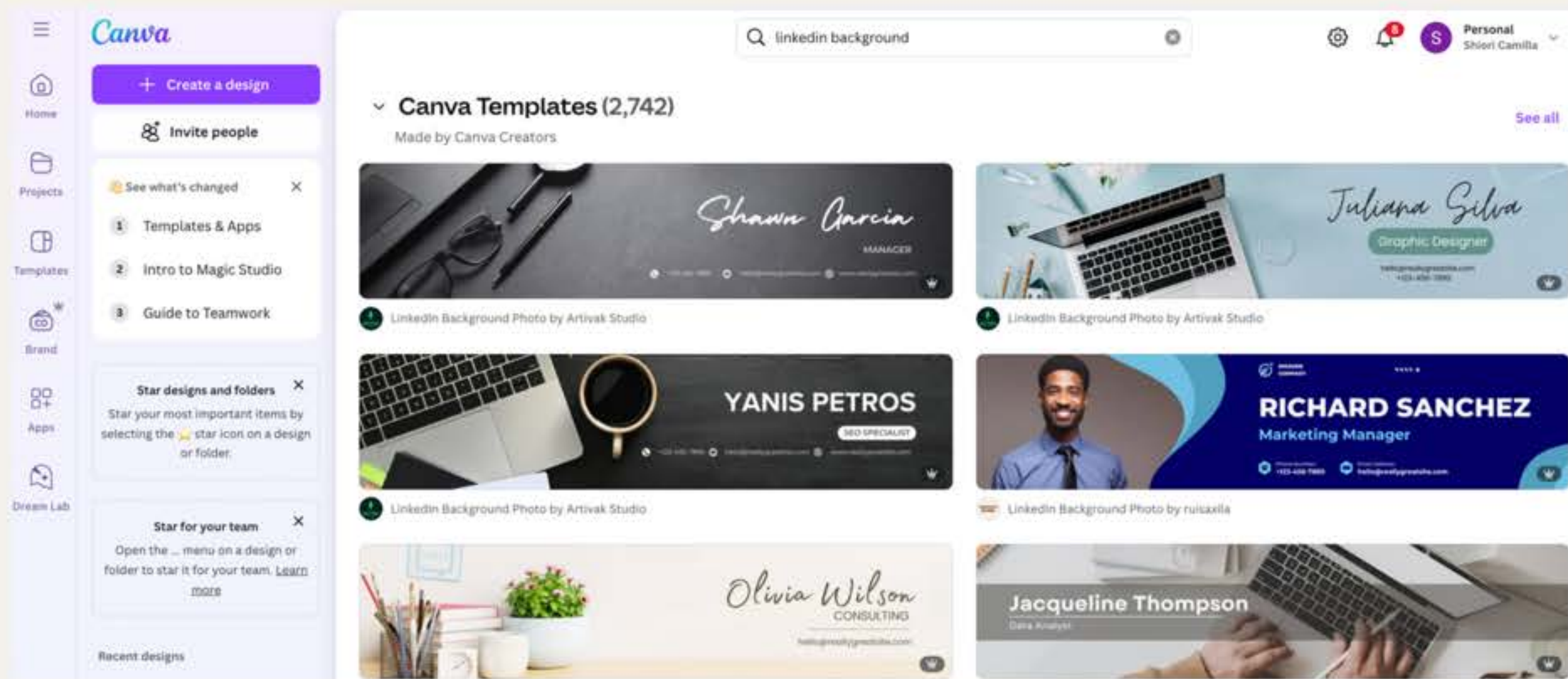
See who's hiring on LinkedIn.

一貫したメッセージ

プロフィールの最適化



個人用であれば、CANVAなどの無料デザインツールの作成で十分なことも。



言語設定

Profile language

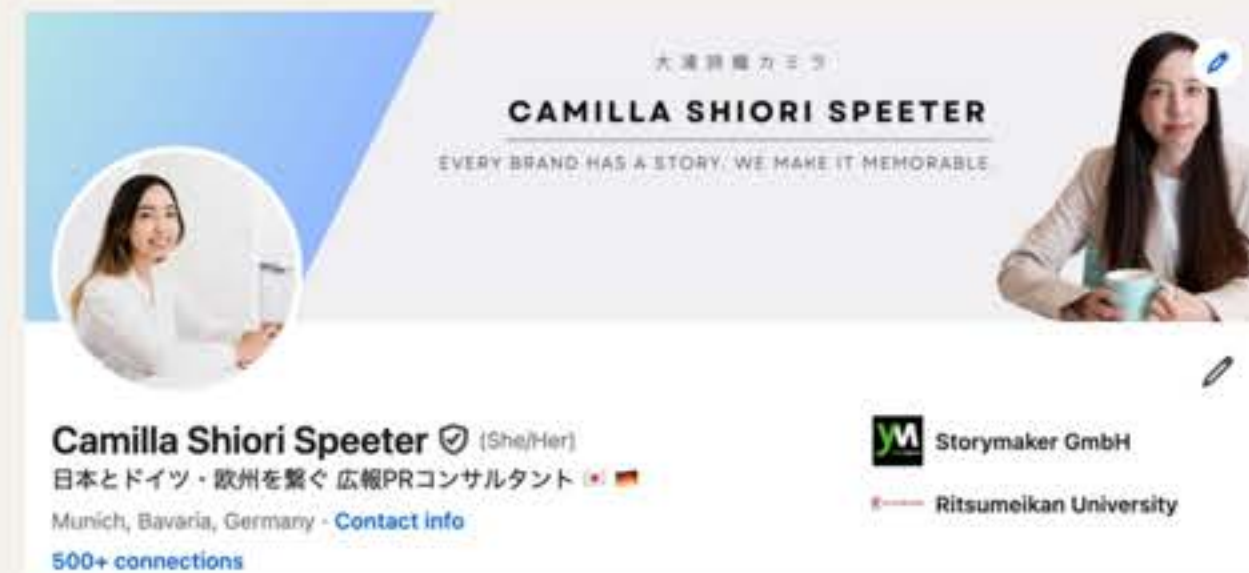
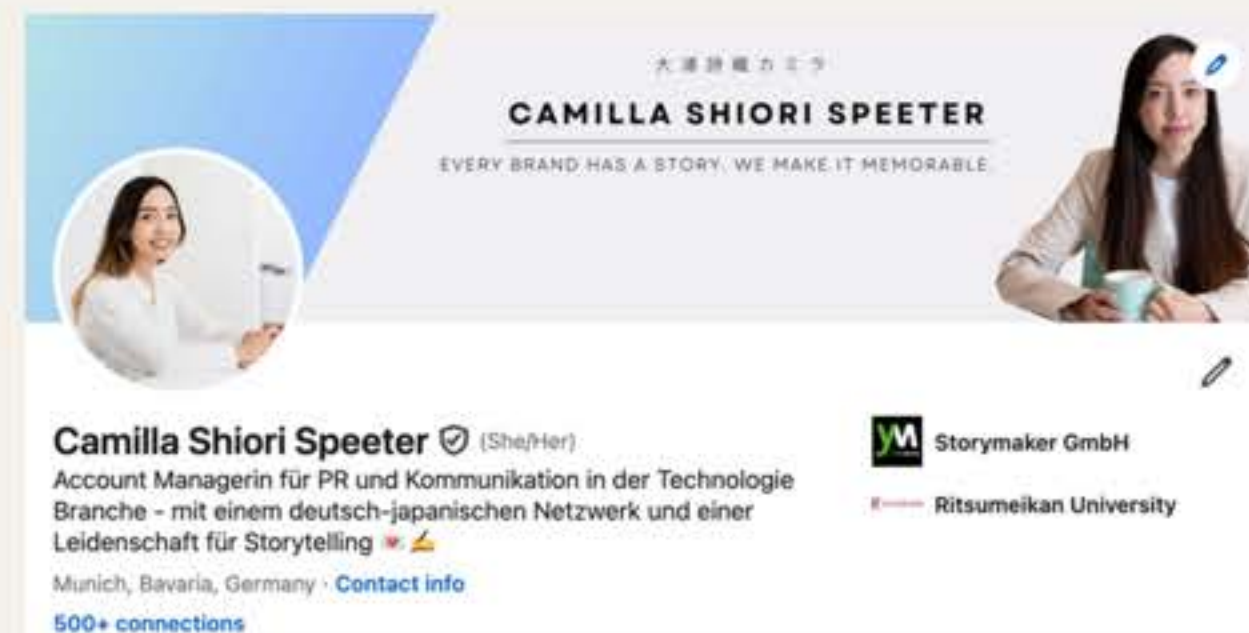
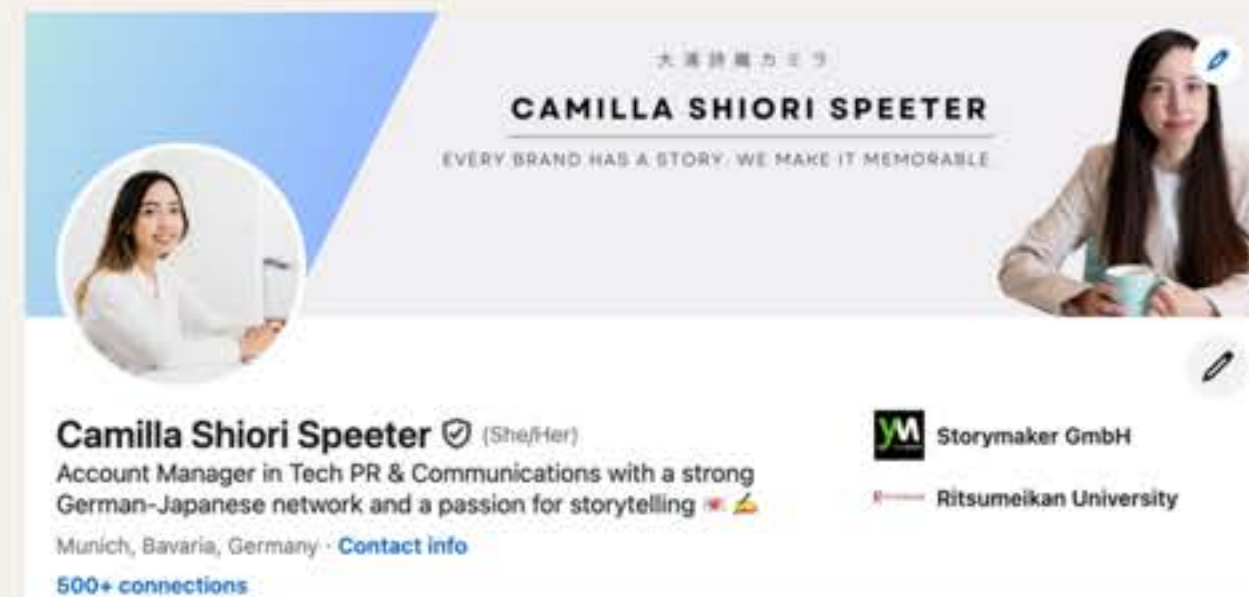
English ▼

English

Deutsch

日本語

日本語だけだともったいない!



公開設定

公開プロフィールとURL

www.linkedin.com/in/camilla-shiori-speeter



- 「非公開」になっていると、せっかく入力したプロフィールが検索エンジンや他のユーザーに表示されないことも
- 公開範囲は慎重に設定（すべての情報を公開する必要はなく、必要な部分のみONに）
- プロフィールURLのカスタマイズも忘れずに！
- メールのシグネチャーなどにURLを記載し積極的に活用

公開プロフィール設定
プロフィールおよび、表示する検索エンジンと他のLinkedIn外のサービスの情報は、ご本人が設定できます。LinkedInにサインインしていない人には、以下のプロフィールのすべてまたは一部が表示されます。

カスタムURLを編集する
プロフィールのURLを見えやすくするためにカスタマイズしましょう。
www.linkedin.com/in/camilla-shiori-speeter

コンテンツを編集
左側にあるのは、あなたの公開プロフィールです。セクションを編集するには、プロフィールを更新してください。
[コンテンツを編集](#)

公開範囲を設定する
プロフィールの公開範囲をLinkedInにサインインしていない人に対して設定できます。さらにこれらの制限は、検索エンジン、プロフィールバッジ、Outlookなどの連携サービスにも適用されます。
[詳細はこちら](#)

プロフィールの公開範囲 ☒

基本情報 (必須)
名前、つながりの数、フォロー数、職域

プロフィール写真
☐ 1枚のつながりの数
LinkedInで検索つきで検索しているメンバー

☐ あなたのネットワーク
2度までのつながり

☐ オープンなLinkedInメンバー

一般公開
すべてのLinkedInメンバー（サインインしていない人にも）あなたのコンテンツは検索エンジンで表示される可能性があります (Google, Bingなど)。

バックグラウンド画像 表示 ☒

見出し 表示 ☒

記事とアクティビティ 表示 ☒

現在のポジション 表示 ☒

経験 表示 ☒

過去 表示 ☒

詳細 表示 ☒

学歴 表示 ☒

詳細 表示 ☒

ボランティア経験 表示 ☒

言語 表示 ☒

公開プロフィールバッジ
公開プロフィールのバッジを付けて、あなたのブログ、オンライン記事、Webサイトに掲載しましょう。
[バッジを作成](#)

プロフィール写真

ドイツ市場での推奨アプローチ

- 親しみやすさとプロフェッショナリズムのバランスを重視
- 自然な笑顔（歯も見せてもいい）
- 業界に合わせた服装（過度に堅苦しくない）
- プロカメラマン撮影写真の投資価値は高い



Pictures: Shutterstock



本日、撮影があります！！

投稿作成のコツ

コンテンツ資産の重要性

Content Assets: 個人や企業アカウントでの投稿は「資産」として活用できる

「忙しくて、LinkedInに時間を割けない。」

「LinkedInに触っている時間があれば、営業活動に集中した方が良い。」

そんな風に考えている方も多いのではないのでしょうか？

日本では対面での関係性や接待が依然として大切にされていますが、仕事とプライベートがはっきり分かれている欧米では、デジタルでのプレゼンスが欠かせません。「Content is King」という言葉もあるように、オンラインでのプレゼンスは企業の認知度向上にとどまらず、営業活動を行う方にとってもますます重要になっています。

Content is the new sales (コンテンツこそが新たな営業手段)



個人投稿 例（１）

反応が良かった投稿：イベント報告

- 参加者や関係者をタグ付けする
- 顔写真を掲載する（必ず事前に承諾を取る）



Bjoern Eichstaedt · 1st

Story Technology Communication Japan

1 year of Munichwa!

Yesterday evening, we held our 12th „Japanese-Bavarian Business Dialogue: Munichwa!“ event at the Japanese restaurant Japataba Toshibar. [DJW](#) · [Deutsch-Japanischer Wirtschaftskreis](#) · [日独産業協会](#)'s Managing Director [Anne Pomsel](#) joined us from Düsseldorf and spoke the opening message! We all had nice discussions and it was again amazing to meet this great mix of returning guest and newcomers. I especially enjoyed the wide range of people - coming from all sorts of backgrounds and jobs. With a common interest: business between Germany and Japan!

Our next Munichwa! event will happen on November 21st. Here you can register and find more details:

<https://lnkd.in/dNNtkyBp>

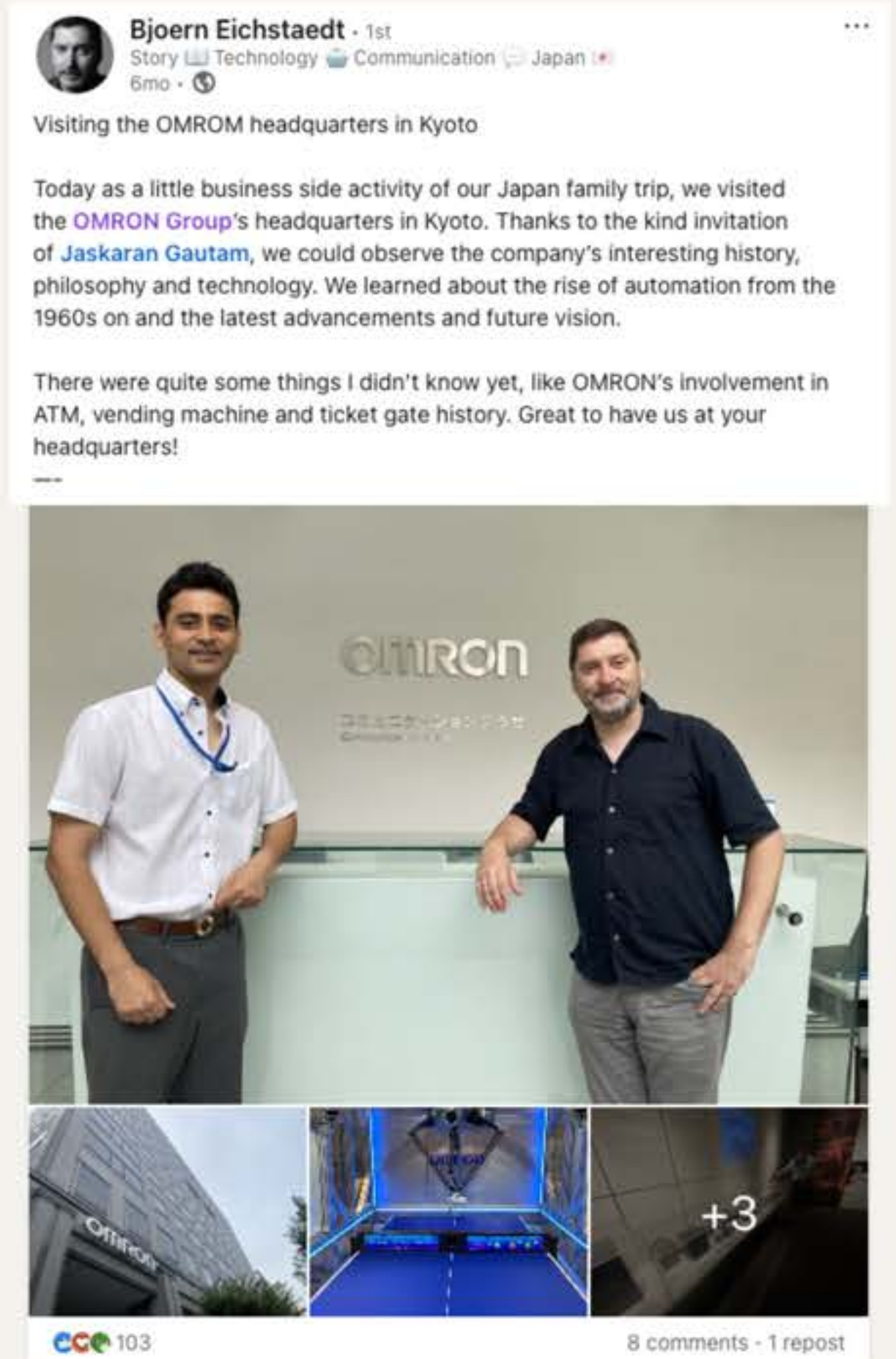
[Anna \(Etsuko\) Tsuru](#), [Benjamin Gutmann](#), [Camilla Shiori Speeter](#), [Carolina Ayumi 亜由美](#), [Chika Yamamoto](#), [Christian Lueters](#), [Christoph Winkler](#), [Claudia Todi](#), [Cora Ziegler-Bohr](#), [Daniel Prohart](#), [Dr. Hermann Gump](#), [Dr. Roland Ryll](#), [Elmar Horsch](#), [Felix Bormann](#), [Filip Pfister](#), [Flora Maria Immler](#), [Friedemann Horn](#), [Katharina Bandlow](#), [Kiriko Nishiyama](#), [Koichiro Kanda](#), [Korbinian H. J. Rausch](#), [Martin Arnold](#), [Michael Drewing](#), [Miriam Nagel](#), [Misaki Minoura](#), [Nikolaus Mach-Hour](#), [Oliver Müller](#), [Richard Mort](#), [Risa Sawahata](#), [Rumi Hasegawa](#), [Satomi Suzuki](#), [Shoko Ganz](#), [Stephanie Drewing](#), [Susanne Schierok](#), [Svetlana Quill](#), [Tommy Dorand](#), [Vikas Chauhan](#), [Yuriko Matsunami](#)

--

個人投稿 例（2）

反応が良かった投稿：有名企業

- 自分のターゲット層（日独ビジネス界隈）にとって、興味を引く有名企業を取り上げる
- 人やロゴを見せる



個人投稿 例 (3)

反応が良かった投稿: インサイト

- 意外と知られていない興味深いこと
- サプライズ効果を狙う



Bjoern Eichstaedt · 1st

Story 📖 Technology 🌐 Communication 🗺️ Japan 🇯🇵

6mo · Edited · 🌐

A very different type of „heritage marketing“ - Japanese company graves at Koyasan's Okunoin cemetery

During our recent family trip to Japan, we revisited (after 12 years and now with a 10-year old son) Koyasan. During an evening excursion with a Buddhist monk, we learned about company graves at Okunoin cemetery. The biggest graveyard of Japan with over 200.000 (!!) graves. Among them: about 100 branded company graves.

Of course I did not get all the details, but after seeing graves of [Yakult Science for Health](#) (represented in Germany by [Yakult Deutschland GmbH](#)), [Nissan Motor Corporation](#) and Japanese coffee company UCC (represented in Germany via [UCC COFFEE SWITZERLAND AG](#)), of course I had questions.

And I got some interesting, but probably very subjective answers by our monk guide. Yes, those graves are for the deceased employees of those companies. No, they do not lie there, but the graves are more symbolic following the Japanese tradition of remembering and praying for the people that came before you or died. And yes: these graves cost alot of money, up to 1 Million Euro per squaremeter!

When I came up with the term "memory marketing" the monk had to laugh. Yes, there is some marketing involved as well as Koyasan, with only 2600 regular inhabitants, welcomes over 1.5 million tourists per year.

Always intersting to discover new aspects of Japanese companies and their life in Japan.

—

cc [Astrid Mariko Heißler](#), [Thomas Brannekämper](#)

ネタに困ったら...



- ☐ **課題解決** 顧客からの質問は他の人も知りたいことかもしれない
- ☐ **ニュース** プレスリリースや掲載記事（業務提携、ローンチ、アワード受賞など）
- ☐ **製品やサービス紹介** チュートリアル、過去事例、お客様の声、ビフォー・アフターなど
- ☐ **インサイト** 業界ニュースやトレンド、独自の予測など（オピニオンリーダーになろう！）
- ☐ **ストーリー** 社員紹介や舞台裏の様子で企業カルチャーを伝える
- ☐ **ユーザー生成コンテンツ（UGC）** ビジネスパートナーや顧客にメンションされた投稿をシェア
- ☐ **イベント関連** カンファレンス・展示会出展情報、社内イベントの様子などをシェア
- ☐ **季節の行事** 新年、クリスマス、〇〇の日、日本の行事の紹介など
- ☐ **コンテンツの再利用** ブログ記事やユーチューブ動画、企業漫画など既存のコンテンツのシェア

1. 課題解決

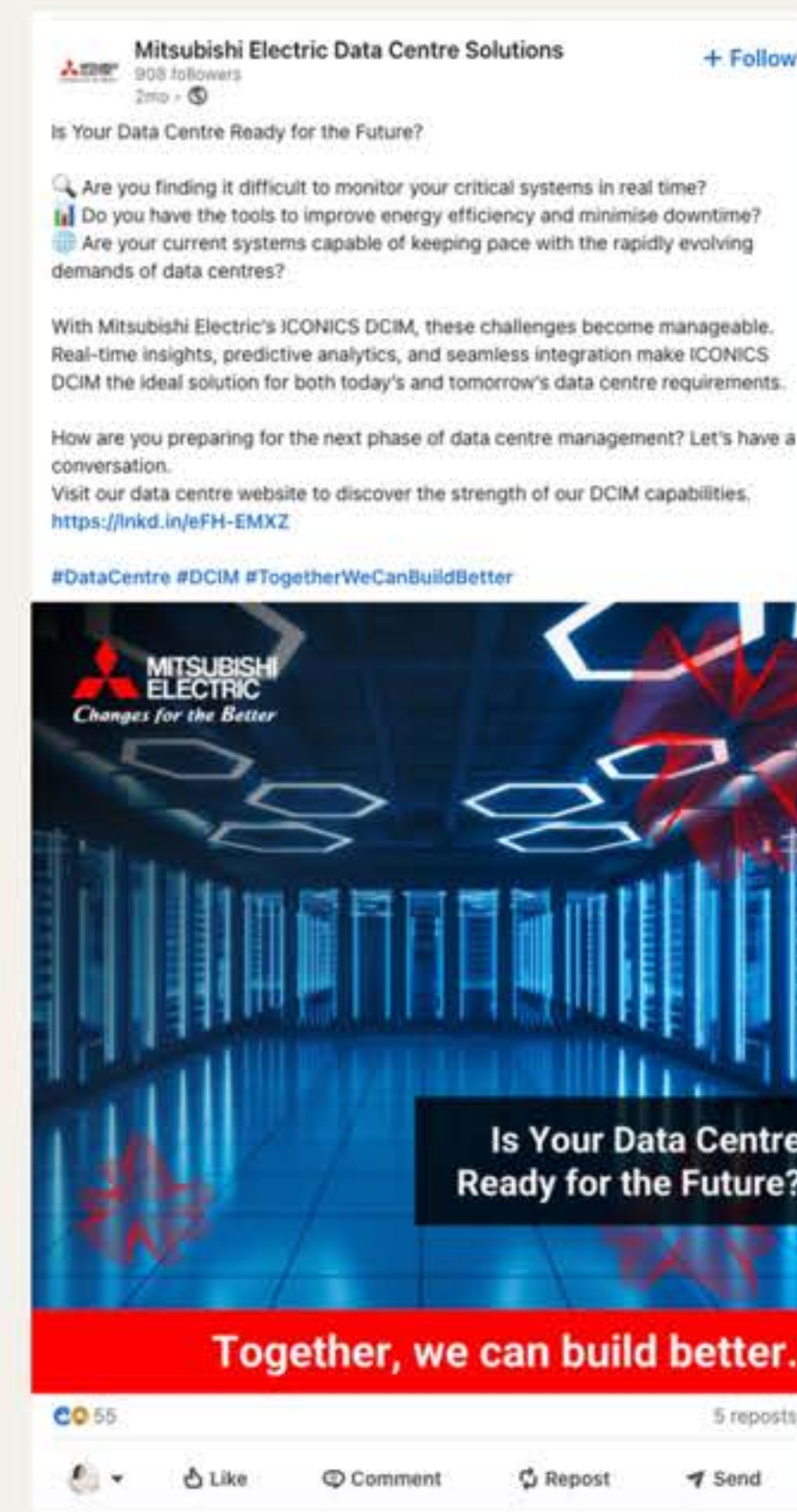
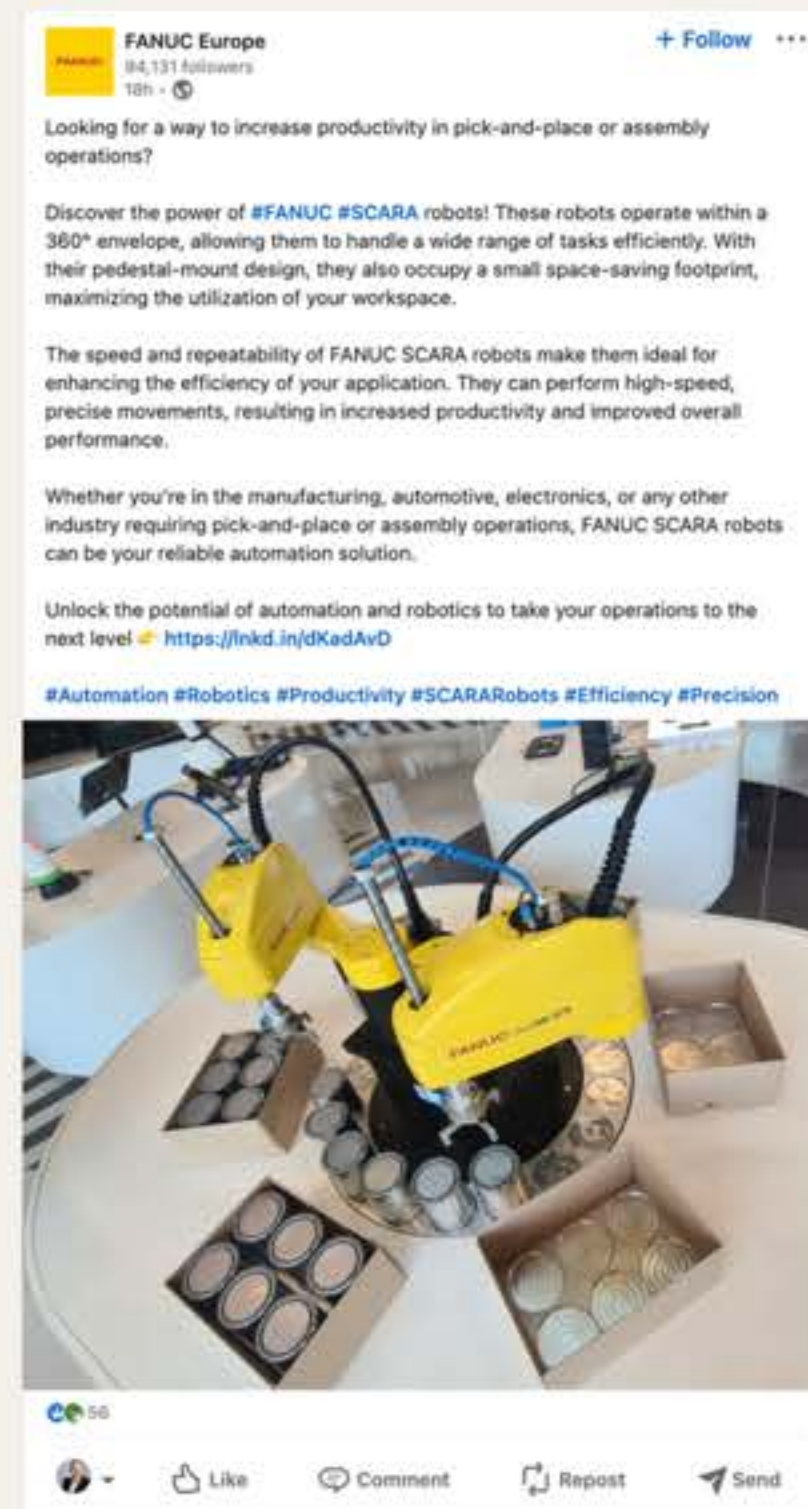
- ターゲット層が直面している課題は？
- 貴社の製品やサービスの解決方法は？

お客様からの質問は
他の人も知りたいことかもしれない

コンテンツ内容:

- 課題に対処する
- 解決策を提供する
- アドバイスを提供する

会社が価値のあるリソースとして認識される

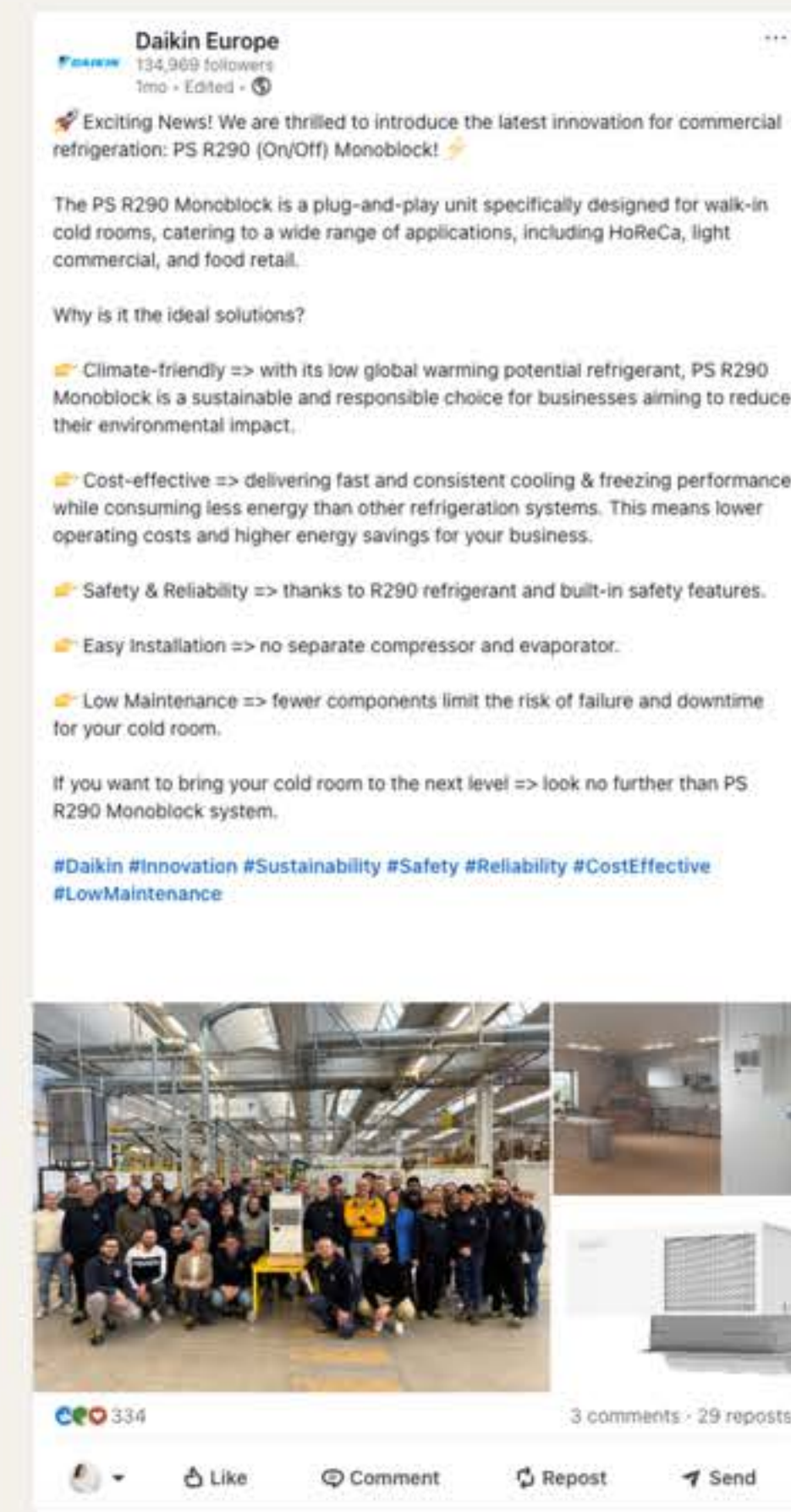


2. ニュース

プレスリリースや掲載記事を共有

- 新製品・新サービスの発表
- アワード受賞
- 業務提携

など

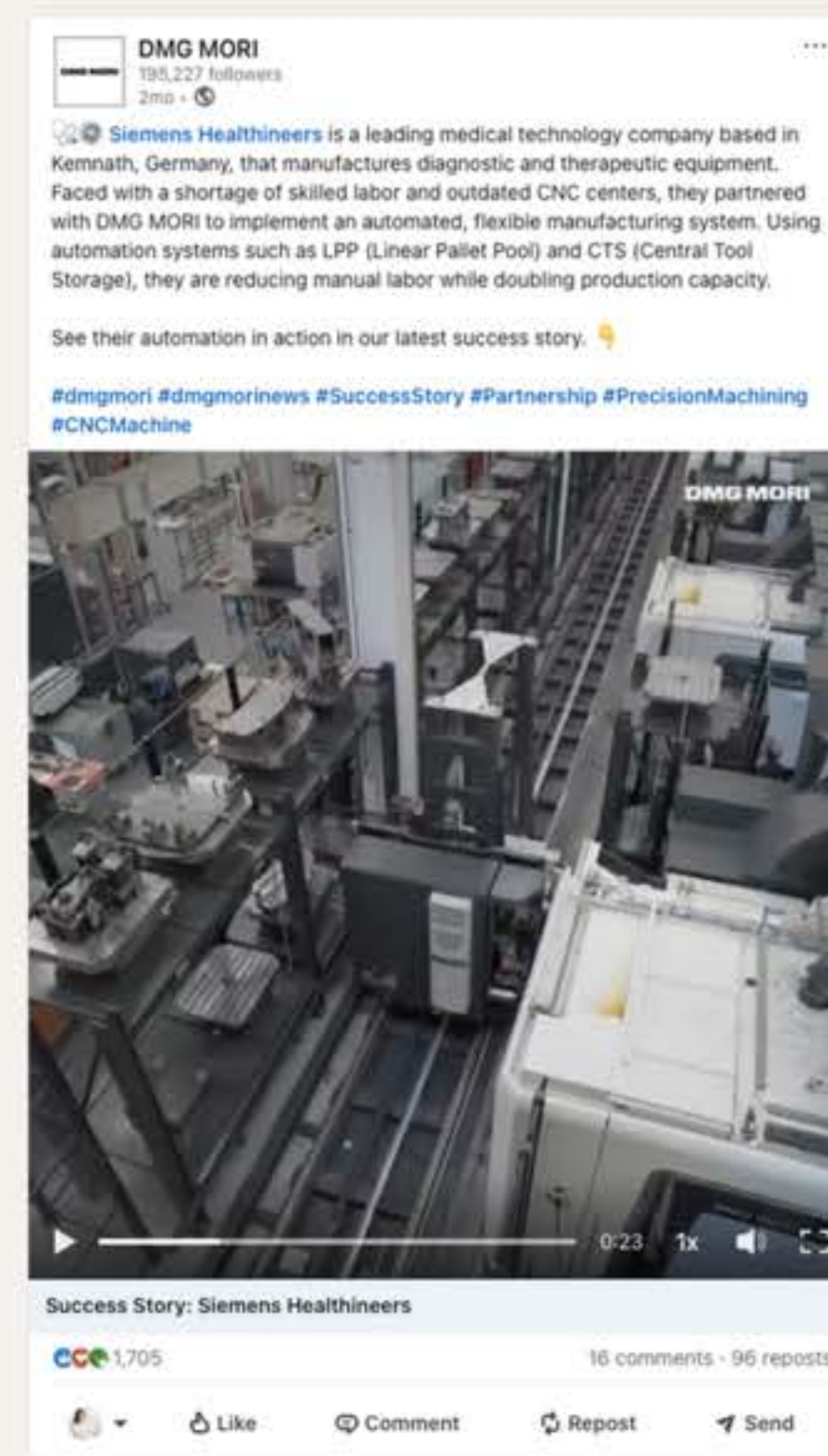
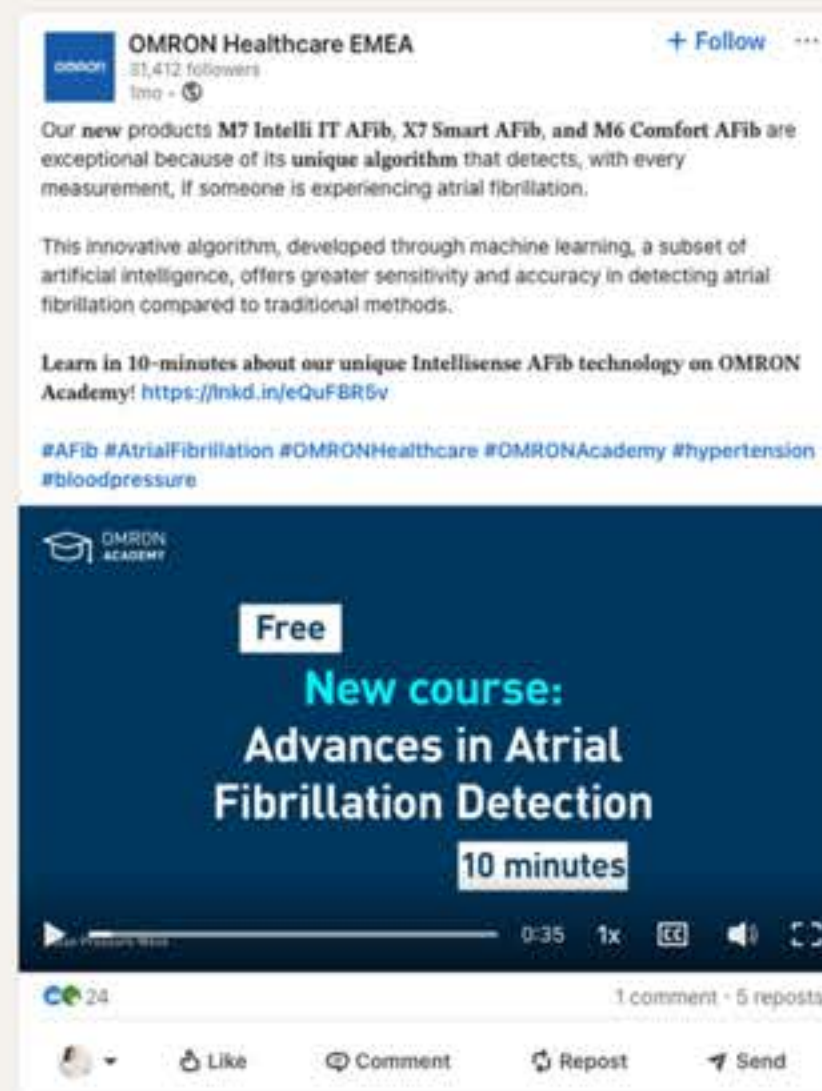


3. 商品やサービス紹介

製品やサービスの利点や特徴を紹介する投稿

- チュートリアル
- ビフォー・アフター
- 過去事例
- お客様の声
- 解説

など

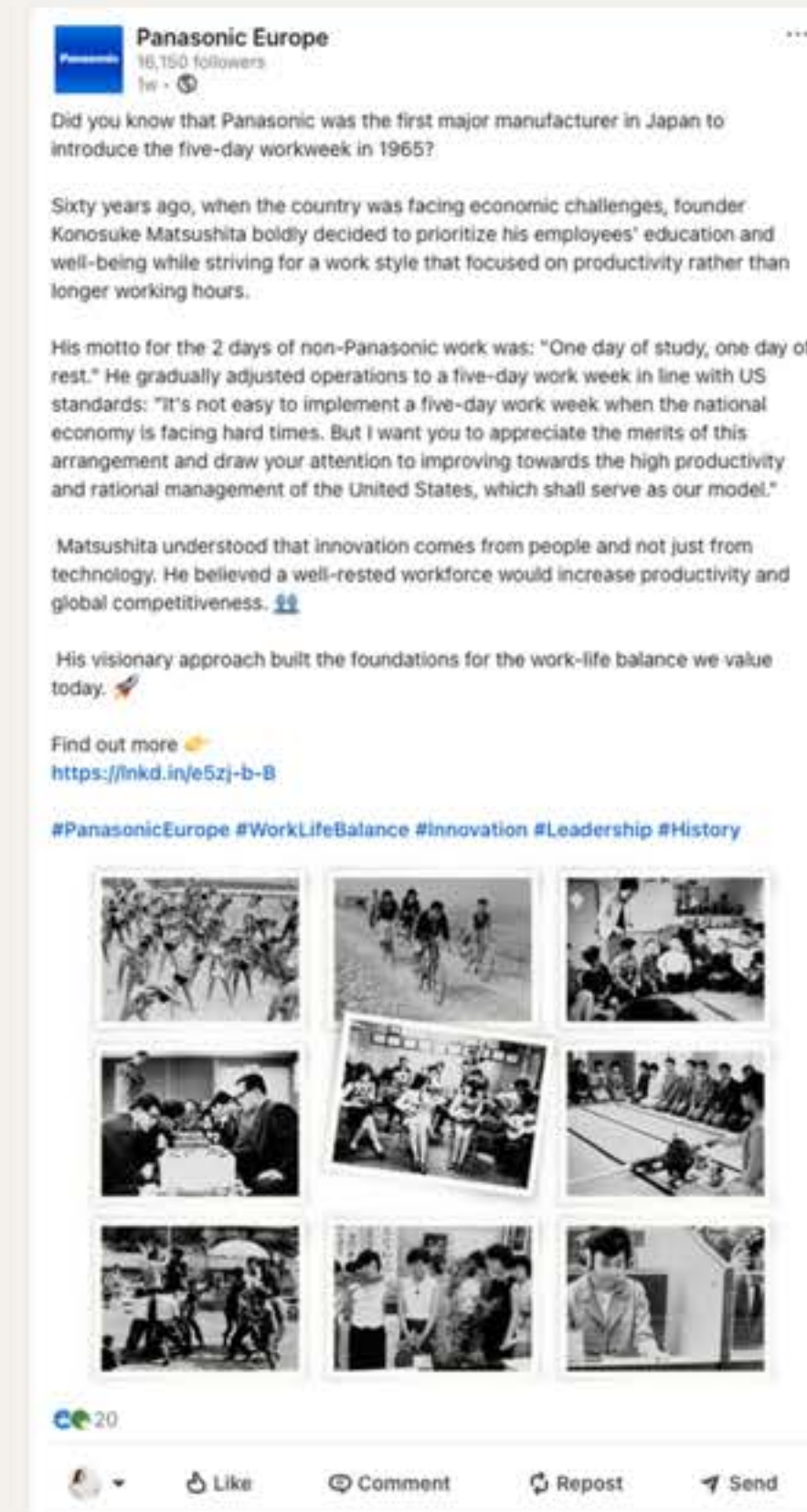


4. インサイト

- 意外と知られていないこと
- 関連分野や技術に関する独自の予測
- 業界ニュース
- トレンド
- 豆知識

など

オピニオンリーダーとしての地位を確立し、ターゲット層に情報を提供し続けましょう！

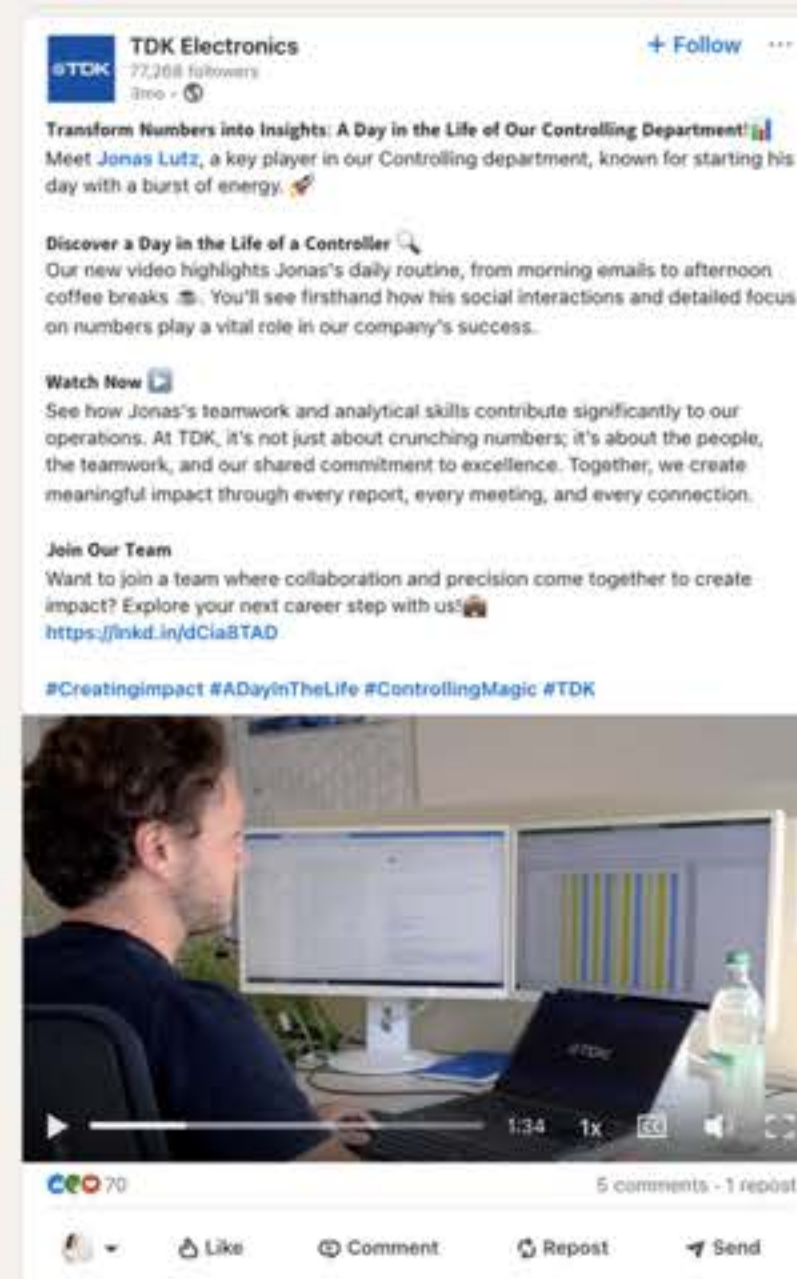


5. ストーリー

- 企業文化を宣伝
- ブランドに人間味を出す
- 視聴者との個人的なつながりを構築

コンテンツのアイデア:

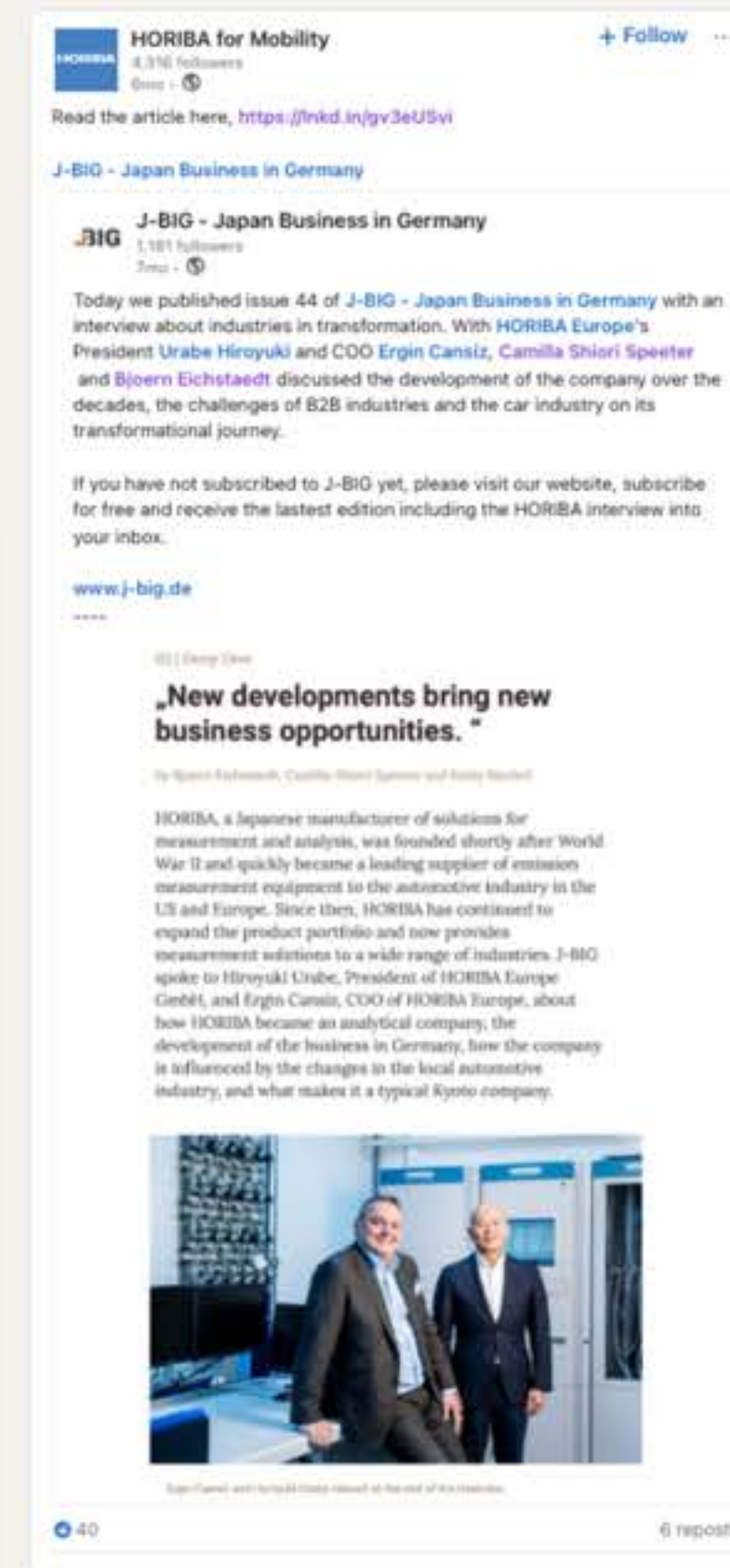
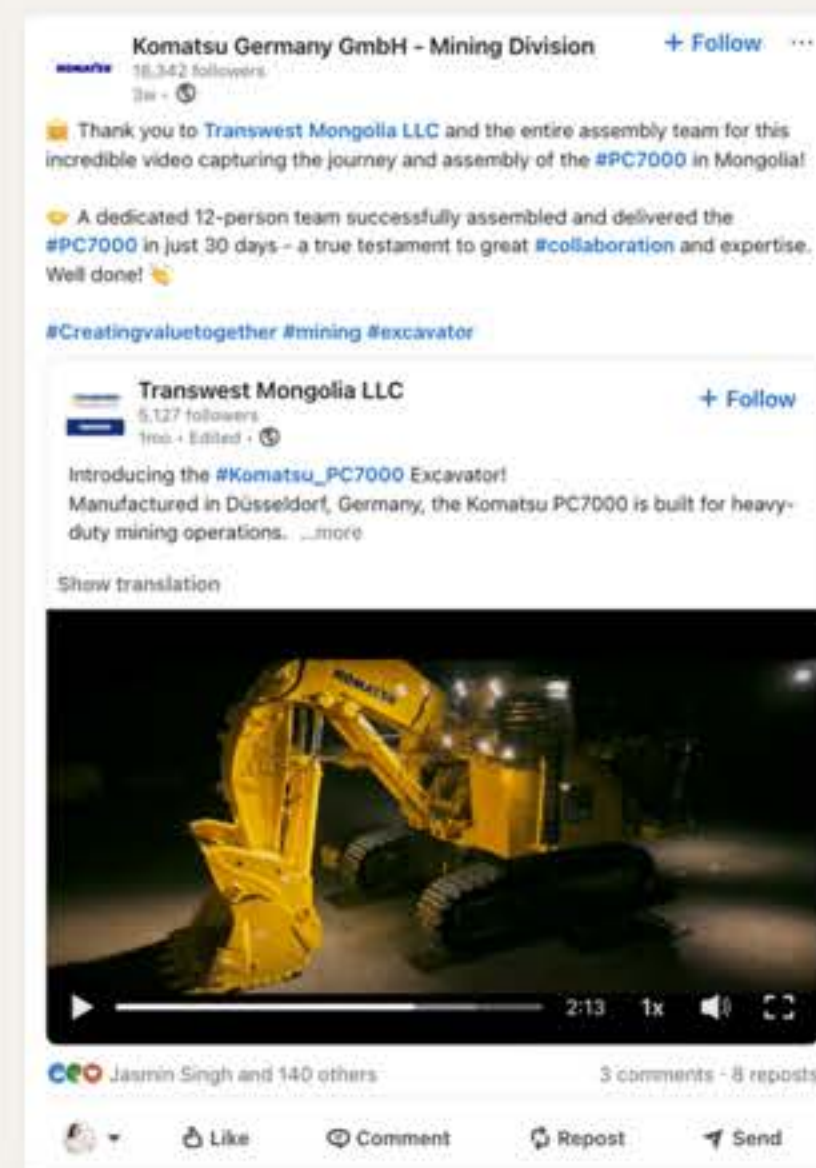
- 社員紹介
- 舞台裏
- 企業イベント



6. ユーザー生成コンテンツ

顧客やパートナー、従業員、メディアなどが貴社に関する投稿を公開している場合

そのコンテンツを自社ページでもシェアする（必ず事前に許可を得てクレジットを記載）

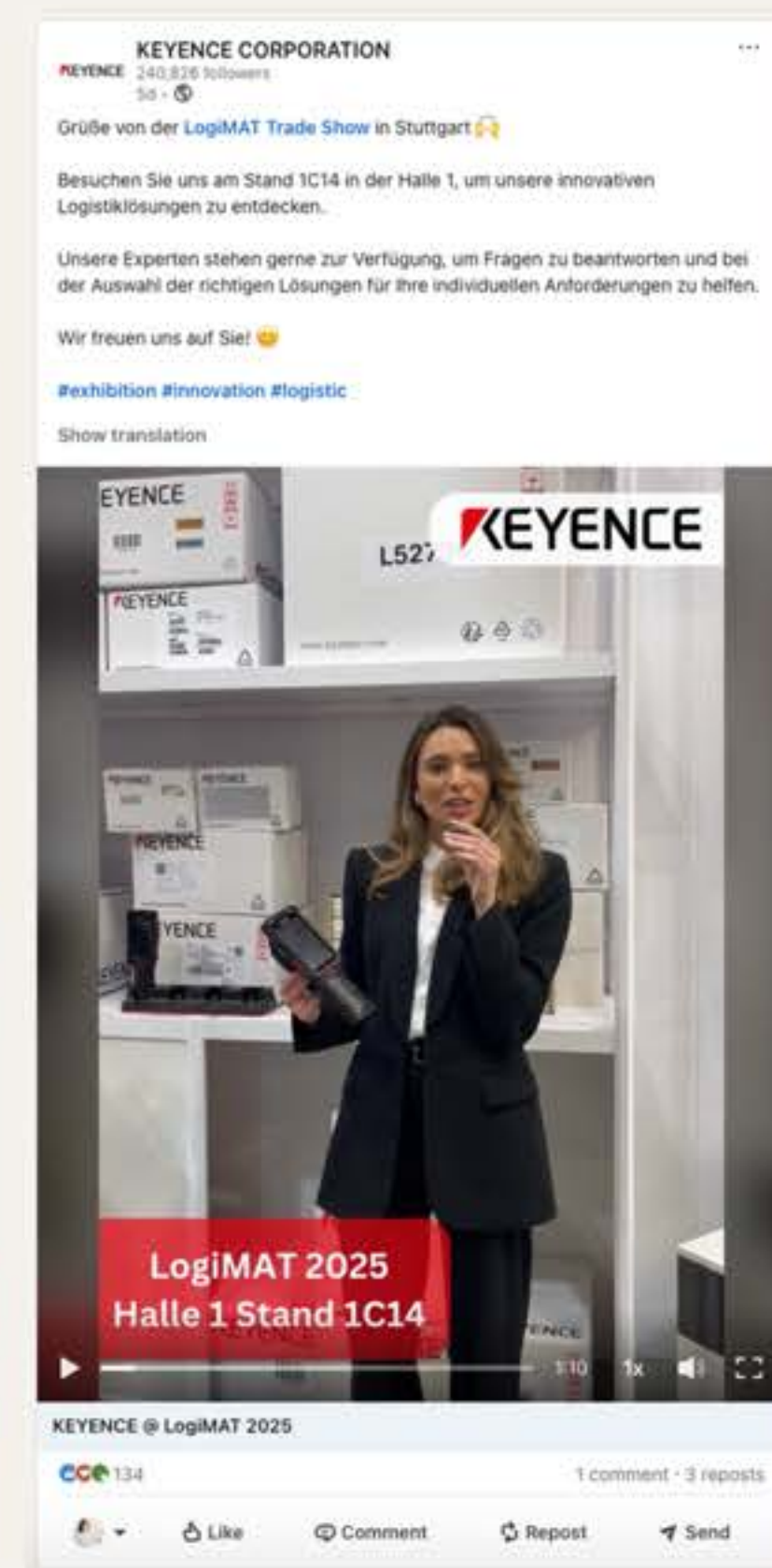
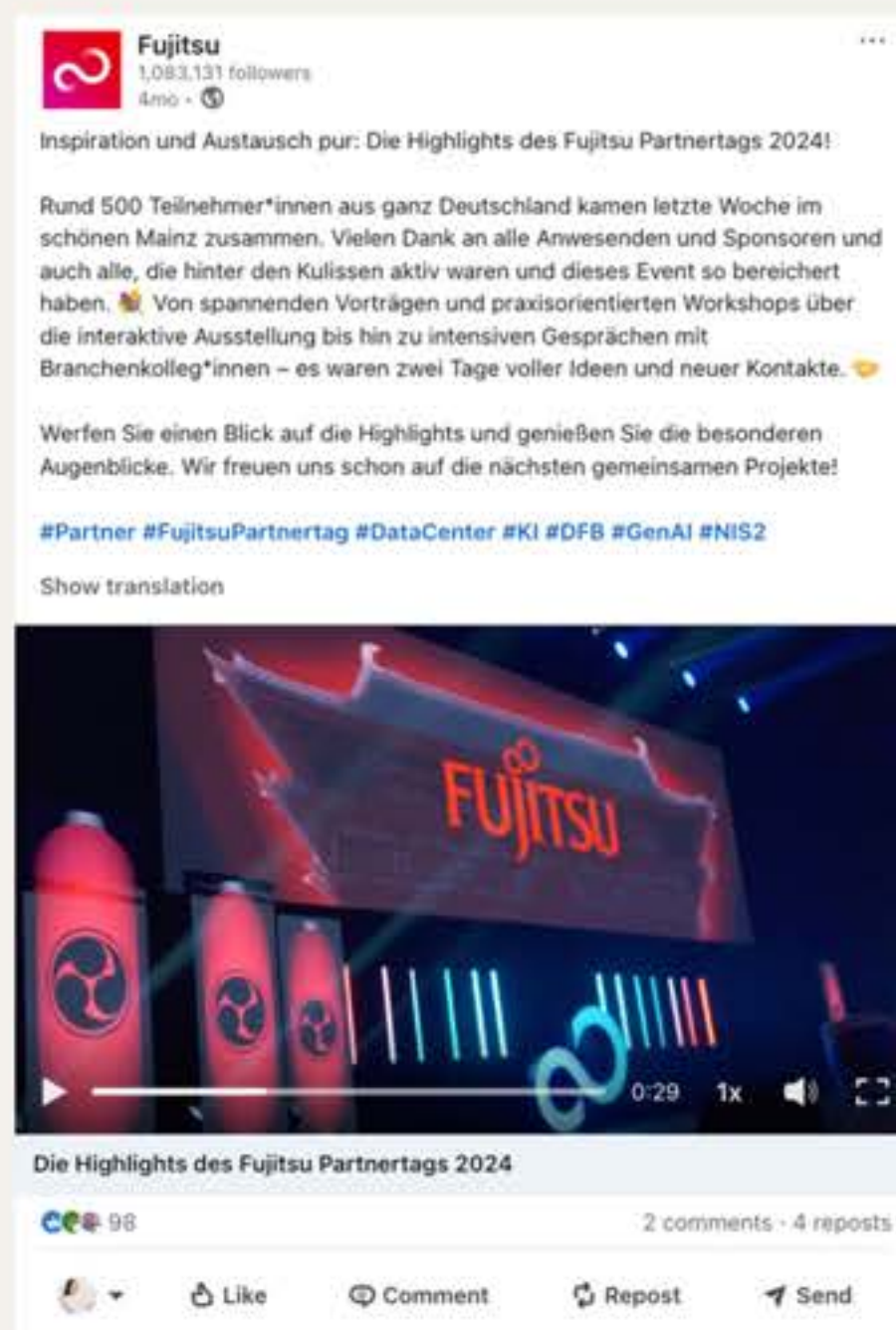


7. イベント関連

- 会議
- イベント
- ウェビナー
- 展示会
- カンファレンスなどの

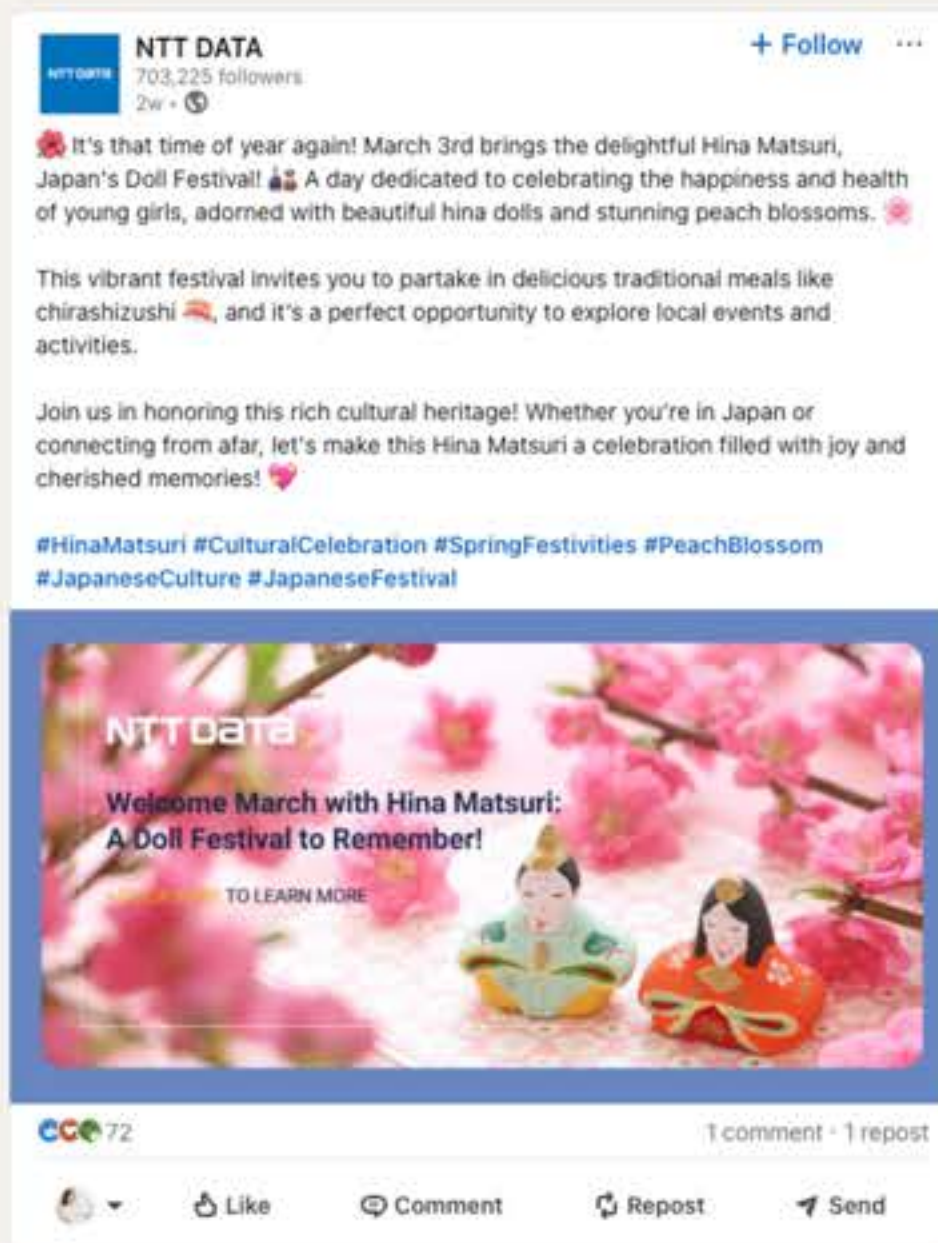
関連イベントから

- 洞察
- 主な収穫
- ライブアップデートなどを共有



8. 季節の行事

- 新年
- クリスマス
- 日本の行事
- ○○の日（国際女性デーなど）
- 特別な期間（プライド月間など）

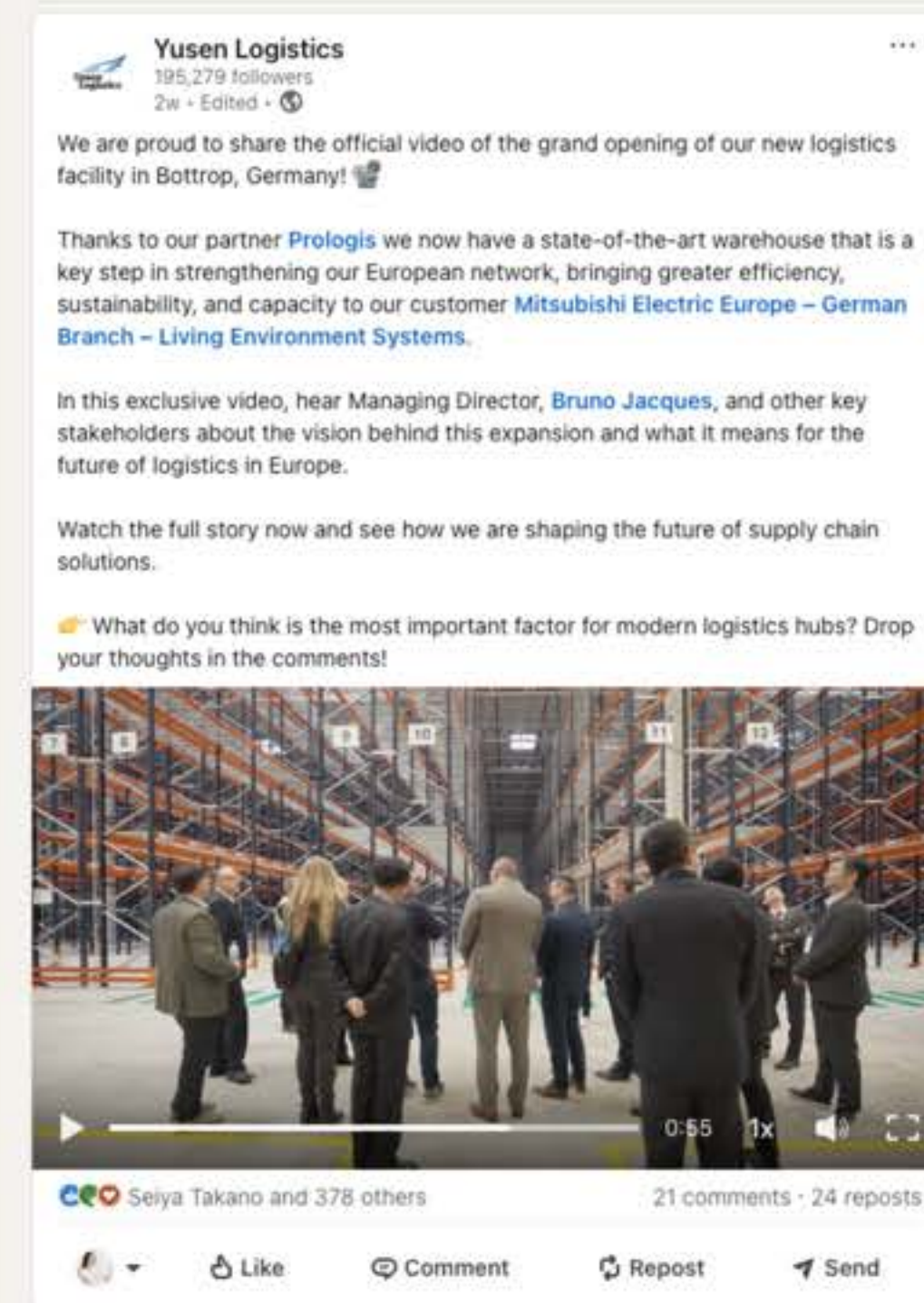


8. コンテンツの再活用

既存のコンテンツのシェア

- ブログ記事
- YOUTUBE動画
- 企業漫画

など



投稿のコツ

- **毎日投稿しなくてもOK!** 週に2回程度の投稿を目指す
- **まずは継続がカギ:** 試行錯誤しながらブラッシュアップ、定期的に発信することで認知度と信頼を獲得
- **流し読みでも内容が伝わるように:** 適度に絵文字を使い、改行や箇条書きを活用し視認性を高める、DEEPL WRITEなどのランゲージツールを使って誤字脱字を防ぐ
- **CTA（行動喚起）はシンプルに:** 「コメントください」「DMでご相談ください」などわかりやすく
- **自分らしさ:** あくまで自然体な自分を知ってもらうことが重要。
- **GIVEの精神を忘れない:** 自分の投稿がうまく機能するためには、他社の投稿に積極的に反応する。

エンゲージメントの向上

インタラクションを促進する

- 質問を投げかける（例：「この業界の最新トレンドについてどう思いますか？」）
- 意見をシェアしてもらおう（例：「このツールを使ったことがある方、感想を聞かせてください！」）
- ディスカッションを活性化（業界ニュースや課題について議論を展開）

従業員を活用する

- ブランドよりも「人」にエンゲージするのがLINKEDINの特長
- 従業員がブランドのアンバサダーになるよう促す
- 社内メンバーが投稿をシェア・コメントすると、リーチが大幅に増加

メンションとハッシュタグの活用 ※どちらも使いすぎに注意

- 「@」を使って個人や企業をタグ付けし、エンゲージメントを促進
- 関連するハッシュタグを活用し、投稿をより多くの人に届ける



エンゲージメントの向上

定期的なエンゲージメント

- 一度きりではなく、継続的に交流を続ける
- 価値のあるコンテンツを定期的に発信し、フォロワーとの関係を深める

コメントへの迅速な返信

- コメントをもらったら、できるだけ早く返信する
- 相手の意見を尊重し、会話を広げる（「いいね！」だけで終わらせない）
- 返信が増えると、投稿のアルゴリズム評価も向上し、より多くの人に表示される

ユーザー生成コンテンツ（UGC）の活用

- オーディエンスや従業員の投稿をシェア（例：レビュー、製品の使用事例、体験談など）
- 「コミュニティの一員」としての意識を醸成し、さらにエンゲージメントを促進
- シェアする際は、必ず投稿者の許可を得てクレジットを明記



アルゴリズムとは

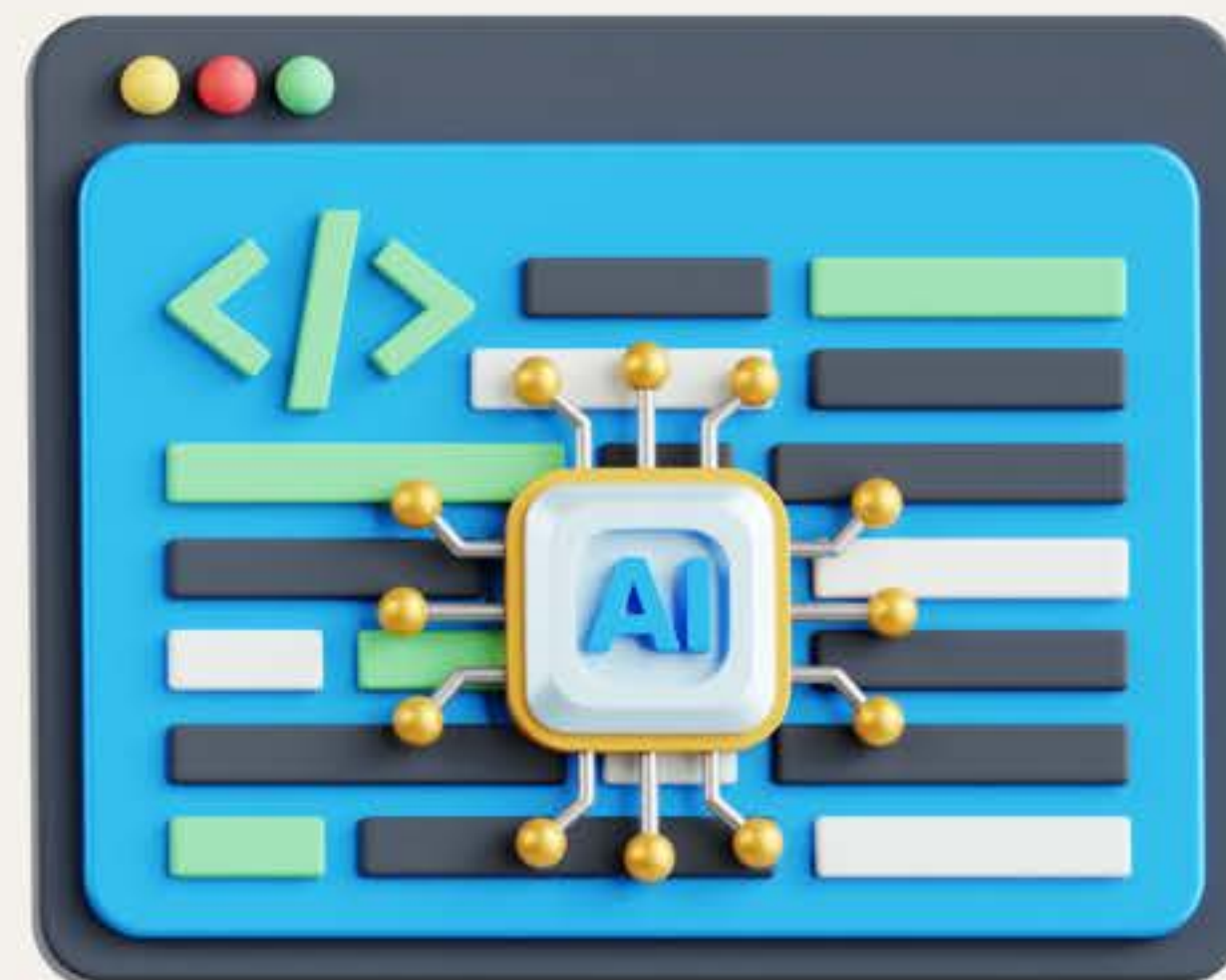
アルゴリズムとは、各投稿がどのくらい多くの人に届けるかを決める計算式であり、他者に貢献した結果が自分にも返ってくる仕組みになっています。

コンテンツ分類

LINKEDINは投稿を「スパム」「低品質」「高品質」に分類し、高品質のものを優先して表示します。

エンゲージメントの重要性

コメントやシェアが多い投稿は、より多くの人に届くために優先されます。



How to use LinkedIn in various situations

用途別の活用方法

ネットワーキング

1. プロフィールの最適化

- LINKEDINのプロフィールを「新しい名刺」や「ウェブサイト」と考えて活用する
- 自分の実績を紹介する（ミーティング、推薦コメント、事例紹介など）
- 積極的に推薦（リコメンデーション）を依頼し、信頼性を高める

2. 繋がる

- 実際に会った人とは必ずLINKEDINでつながる
- 新しいつながりには個別の短いメッセージを送る（出会った経緯や次のステップを伝える）
- プロフィールを訪れた人が興味深い場合は、積極的にコンタクトをリクエストする
- 既存のネットワークを活かし、過去のオフラインでのつながりも追加する

3. 定期的にアクションを起こす

- 投稿に「いいね!」をする際は、自分のストーリーに合ったコメントも残す
- お気に入りのコンタクトをブックマークし、通知をオンにする
- 仕事に関する日常をシェアし、フォロワーとの交流を増やす
- ダイレクトメッセージを活用し、関係を深める
- LINKEDINを毎日使い、アルゴリズムの仕組みを理解する



リード獲得・営業活動

1. コンテンツの活用とプロモーション

- ランディングページやホワイトペーパーを作成し、個別のコンテンツと組み合わせて活用する
- これらのコンテンツを定期的にプロモーションし、認知度を高める

2. ネットワークの強化と関係構築

- つながりとの会話を増やし、ネットワークを深める
- 直接の会話につなげるよう意識する
(最初はメッセージ、その後ビデオ通話、最終的に対面ミーティングへ)

3. 信頼構築と価値提供

- 「売ること」ではなく、「相手を助けること」にフォーカスする
(自分や自社が提供できる価値を伝える)
- LinkedInは単なるセールスツールではなく、マーケティング戦略の一部として活用する
(セールスは直接のやり取りの中で生まれる)

4. 継続的な改善と成果の最大化

- アプローチに反応がない場合は、提供するコンテンツを見直す
- すぐに結果は出ないため、継続しながら改善を重ねることが重要



その他の活用方法

転職活動

- LinkedInのプラットフォーム上で、リクルーターと直接遣り取りをしたり、企業が公開している求人に応募したりすることができる。
- “Open to work”は会社や周りの人に知られずに採用担当者のみに公開することができる

採用活動

- 実名制・オープンな文化のLinkedInは、積極的な人材発掘に向いている。
- 企業ページでは求人情報の発信が可能。一方、個人ページからも人材にアプローチできる。

リンクトイラーニング

- LinkedInが提供するオンライン学習プラットフォーム。
- 日本語動画コンテンツだけでも30,000以上の講座を自由に受講可能。
- 日本語字幕・吹き替えコースも多数あり、言語の壁を越えた学習が可能。
- 受講履歴や修了証をプロフィールに直接表示できる。

最後に...

LinkedInは魔法の道具ではない

「忙しくて活用できない」は優先度の問題

- LINKEDINはビジネスチャンスを生む場、戦略的に時間を確保しよう。
- 長期的に運用してはじめて効果が出てくる

1人で頑張りすぎない

- 社内メンバーや外部のプロと協力しながら運用することも可能。
- チームで取り組むことで、多様なコンテンツや視点を提供できる。

コンテンツの質と一貫性を重視

- 価値のある情報を定期的・継続的に発信することが重要。
- コンテンツカレンダーを作成し、計画的に投稿しましょう。



未解決の悩みがありますか？

- ... 投稿の反応が今ひとつ
- ... 適切なターゲット層にリーチできない
- ... コンテンツのアイデアが枯渇してき
- ... DMの返信がなかなか来ない

**一緒に見直してみましょう！
ぜひお気軽にお問い合わせください。**

ストーリーメーカーのLinkedInサポート



ご希望の内容に沿ったワークショップ

アカウントの立ち上げ（企業・個人）

既存のアカウントの分析・改善（企業・個人）

アカウントの運用（企業・個人）

ターゲット層向けの有料広告の作成

毎月の効果分析・レポート

質疑応答

Let's
Connect!



Bjoern Eichstaedt
Story 📖 Technology 🧠
Communication 💬 Japan 🇯🇵



Camilla Shiori Speeter
Account Manager in Tech PR & Communications |
German-Japanese network | Passion for storytell...

