

iPhone, iPad書籍アプリ「ソーシャルメディア時代のビジネスメッセージ59の届け方」が5000DLを達成！それを記念してキャンペーンを開催します！

株式会社メディカム（本社：東京都渋谷区）は、iPhone/iPad用電子書籍として「ソーシャルメディア時代のビジネスメッセージ59の届け方」を[2012年9月21日\(金\)](#)

にAppStoreよりリリース致しました。

昨日5000DLを達成致しました！記念して本日から[2013年8月11日\(日\)](#)

まで書籍定価1,300円から93%OFFの大特価85円でご提供致します！

今後も本製品同様に電子書籍アプリをリリースし、書籍ラインナップ増加予定です。

■基本データ

タイトル：ソーシャルメディア時代のビジネスメッセージ59の届け方

カテゴリ：ブック

リリース：[2012年9月21日\(金\)](#)

価格：85円(本日から[2013年8月11日\(日\)](#) 書籍定価1,300円から93%OFF)

購入方法：iTunes Store>App

Store>ブックまたは“ポジティブ,メルマガ,ソーシャルメディア”で検索

iTunesストアリンク

<http://bit.ly/S8I280>

◆5000DL記念キャンペーン◆

本日から[2013年8月11日\(日\)](#) 定価1,300円から93%OFFの大特価85円でご提供致します！

ソーシャルメディア初心者から上級者全ての人に送る、
人の心を掴む超メールテクニックの決定版!!

ツイッター、フェイスブックなどのソーシャルメディアに関心はあるけれど、具体的にビジネスに使用できていない人、そしてアカウントを取ったけれど「どう使っているかわからない」という人は多いはず。そんな人に向けて、日本初のビジネスメール教育事業を展開し成功を収めた著者による、まったく新しいビジネスメッセージ解説書が登場しました！！

本書にはこんなメリットが!!

- ・ソーシャルメディアが隆盛している現在ならではの、最新のビジネスメールの使い方を学ぶことができます。
- ・日本で唯一の「メールマガジンコンサルタント」である著者ならではの、具体的なエピソード（メールのみで現在の実績を築いた経緯など）がふんだんに盛り込まれています。
- ・「ツイッターって何?」「ダイレクトメッセージとメールの違いって?」「フェイスブックはどう使えばメリットがあるの?」など、2大ソーシャルメディアに関する基本的な疑問を丁寧に解説しています。アカウントは取ったけれども、どう使っているかわからないという読者にぴったりの1冊です。

・企業内やビジネスシーンでソーシャルメディアを使う場合の注意点や問題点を、実際の事例を交えながら読みやすい文章で解説しています。

【内容紹介】

はじめに

◆第1章 ソーシャルメディア時代のメールテクニック（作成編）

- ・文字情報は難易度の高いコミュニケーション！
- ・「伝える」＝「伝わる」ではない
- ・メールには型がある
- ・メールは見られて当たり前
- ・その一言が相手の気持ちを害する
- ・相手をほめるときは三割増し
- ・メールの回数を重ねたらわざと「口調」を変える
- ・開封したいと思わせるタイトルのつけ方
- ・相手を不快にさせない催促の極意
- ・メールで「お願い」するときの鉄則
- ・波風立てない断り方
- ・次につなげる「用件プラスアルファ」の文章
- ・「行間」と「文末」でメールに個性を
- ・自分のキャラクターを印象づける「自己演出メール」
- ・思わず回答したくなる魔法の一文

コラム 10年前と現代のメール作法の違い

◆第2章 ソーシャルメディア時代のメールテクニック（送信編）

- ・情報漏洩にご用心
- ・伝わらなければコミュニケーション失格
- ・対象を調べて勝率を上げる
- ・相手が喜ぶポイントを見つける
- ・好かれるメール11のルール
- ・メールボックスは宝の山
- ・状況別ライティングテクニック
- ・ちょっと気の利いた相づちの入れ方

コラム ツールごとの温度差を把握する

◆第3章 ソーシャルメディア時代のメールテクニック（応用編）

- ・「メールを見ていなかった」という言い訳は通用しない
- ・メールで事業パートナーを獲得！
- ・メールを上手に使いえば会いたい人に会える
- ・会いたい相手を見つけたら「必ずしなかった」こと
- ・メールで人脈を随時「更新」させる
- ・目的を設定すればメールは自然と変化する

- ・対象別、出会いのテクニック
- ・著者は読者の感想を待ち望んでいる
- ・講演者から一目置かれるお礼メール
- ・経営者にアプローチする際のマナー
- ・リサーチ不足は命取り
- ・ソーシャルメディア時代の人脈の作り方

コラム ビジネスメッセージと「ログ」の関係

◆第4章 ツイッターでのメッセージの届け方

- ・ツイッターの特徴
- ・匿名、実名どちらが有利？
- ・商品名、自分の名前で必ず検索
- ・「〇〇なう」はビジネスでOK？
- ・ツイッターは撒き餌、アタリを待つ
- ・ツイッターで内情を暴露して盛り上げる
- ・ハッシュタグの使い方
- ・誰とどう絡むのか
- ・やってはいけない自動化
- ・相手によってメッセージの見せ方を変える
- ・ツイッター経由で仕事の依頼が舞い込む
- ・距離感で使い分ける
- ・固有名詞を書くと見つけてもらえる
- ・コミュニケーションは種まき
- ・情報の質を保つコツ

コラム 「アカウント」というもう一つの人格

◆第5章 フェイスブックでのメッセージの届け方

- ・フェイスブックがコミュニケーションを変える
- ・フェイスブックをあなたの武器に
- ・ウォールの投稿でコミュニケーションは取れない？
- ・知らない相手からの友達リクエストを断る方法
- ・顔が見えるから安心する
- ・会社で取り組むときに同じメッセージはNG
- ・フェイスブックに書くべきこと
- ・仕事の情報、パーソナルな情報
- ・さあ「いいね！」を集めよう

コラム ソーシャルメディアのアカウントが抱える問題

おわりに

平野友朗（ひらの・ともあき）

1974年、北海道生まれ。筑波大学人間学類認知心理学専攻。広告代理店勤務を経て、日本初のメルマガ専門コンサルタントとして独立。現在、有限会社アイ・コミュニケーション代表取締役。ビジネスメールマナー推進協議会会長。

メルマガのコンサルティンクをする中で、基本ルールを無視したメール、失礼なメール、攻撃的なメール、メールを1通書くのに1時間かけている人などさまざまな問題に直面。突き詰めればメール教育がなされていないことに原因があると考え、ビジネスメール事業を立ち上げる。開発した教育プログラムによって、メールによる業務効率化とメールの処理時間削減を実現する個人や企業が続出。ミッションはメールのコミュニケーションを円滑にし、さらに日本人の仕事で使うメールの時間を半分に削減すること。現在、全国にインストラクターを育成。通信教材やeラーニングの開発にも携わり、メール教育普及のため精力的に活動中。

著書は『ビジネスメールを武器にする方法40』（講談社）、『これですっきり！ビジネスメールのトラブル解消』（日本経済新聞出版社）、『ビジネスメールの常識・非常識』（日経BP社）等がある。

iTunesストアリンク

<http://bit.ly/S8I280>

■新着アプリ情報

■その他のiPhoneアプリ・電子書籍一覧サイト

<http://bit.ly/zU1VoR>

■その他のAndroidアプリ・電子書籍一覧サイト

<http://bit.ly/wAe4k0>

———当プレスに関するお問い合わせ先———

●書籍アプリに関してのお問い合わせ

社名：株式会社メディカム

TEL：03-5468-9169

MAIL：info@medicome.co.jp

担当者：コンテンツ部

Generated by ぷれりりプレスリリース

<https://www.prerele.com>