



SNSサービス

Twitter

0→1ファン作り

サービス仮説検証

初期ユーザー獲得方法

企業概要(初期ユーザー獲得時)

メンバー構成



エンジニア×2人、デザイナー×1人
・ジャック・ドーシー・・・Twitter創業者
・エヴァン・ウィリアムズ・・・後のMedium創業者
・ビズ・ストーン・・・後のMedium創業者

オフィス



アメリカ・サンフランシスコ

資金調達



なし(自己資本で運営)

起業形態



起業

社内起業

学生起業

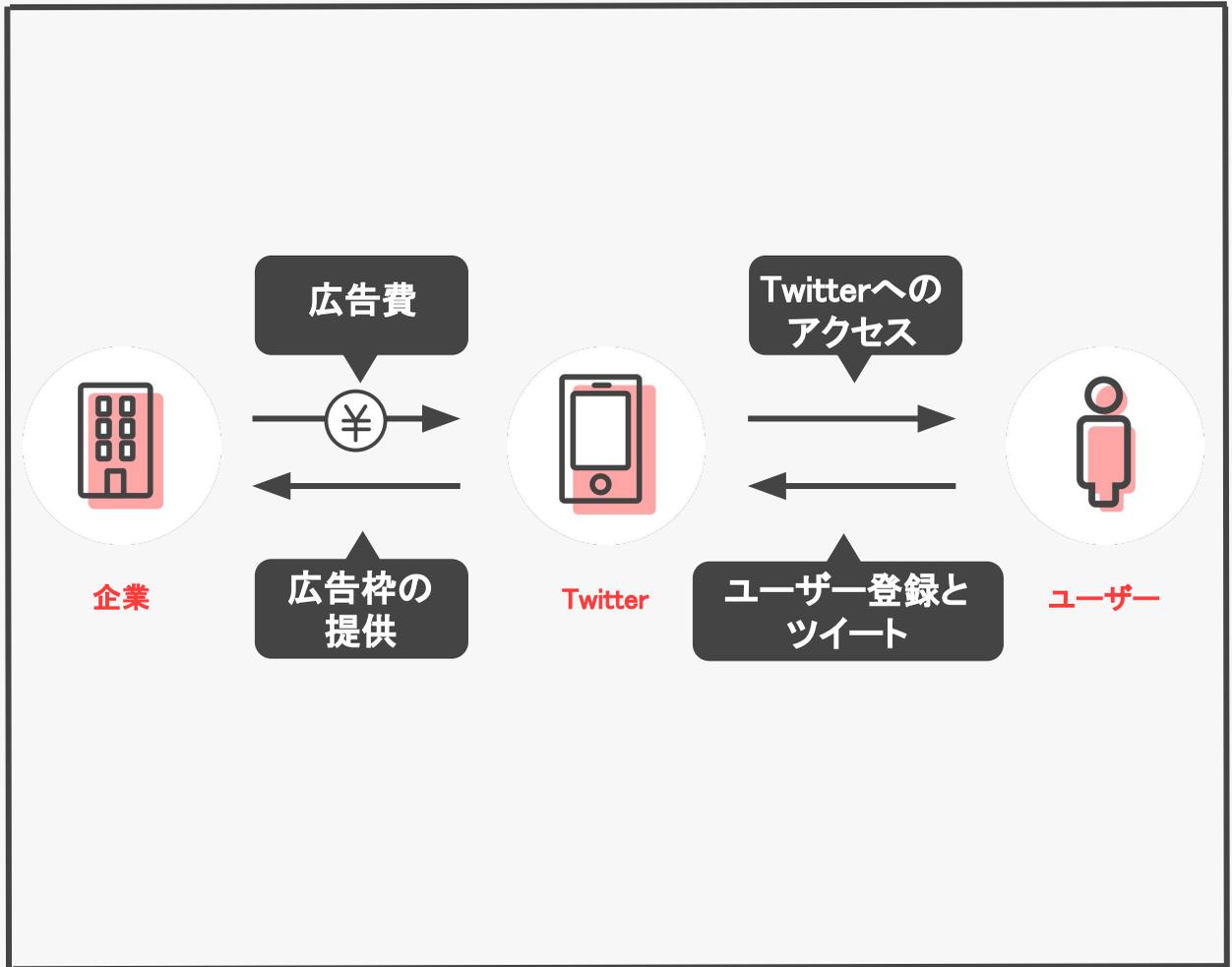
副業

事業領域



ソーシャル・ネットワーキングサービス

ビジネスモデル図解



サービス仮説検証

背景

Appleが、itunesでゲーム業界に参入し始めた2006年。当時、Podcastのコンテンツを作っていた、Odeoという会社はこれからPodcastの配信コンテンツは未来がないと思ったため新規事業を模索していた。そんな中ジャック・ドーシーがメッセージを使って、グループ内で自分の状況を共有するサービスがあれば面白いと気づいた。

仮説

少人数でグループを作成し、自分の状況を共有できるサービスは、社内のコミュニケーションツールとして活用できるのではないか？

サービス仮説検証

解決策

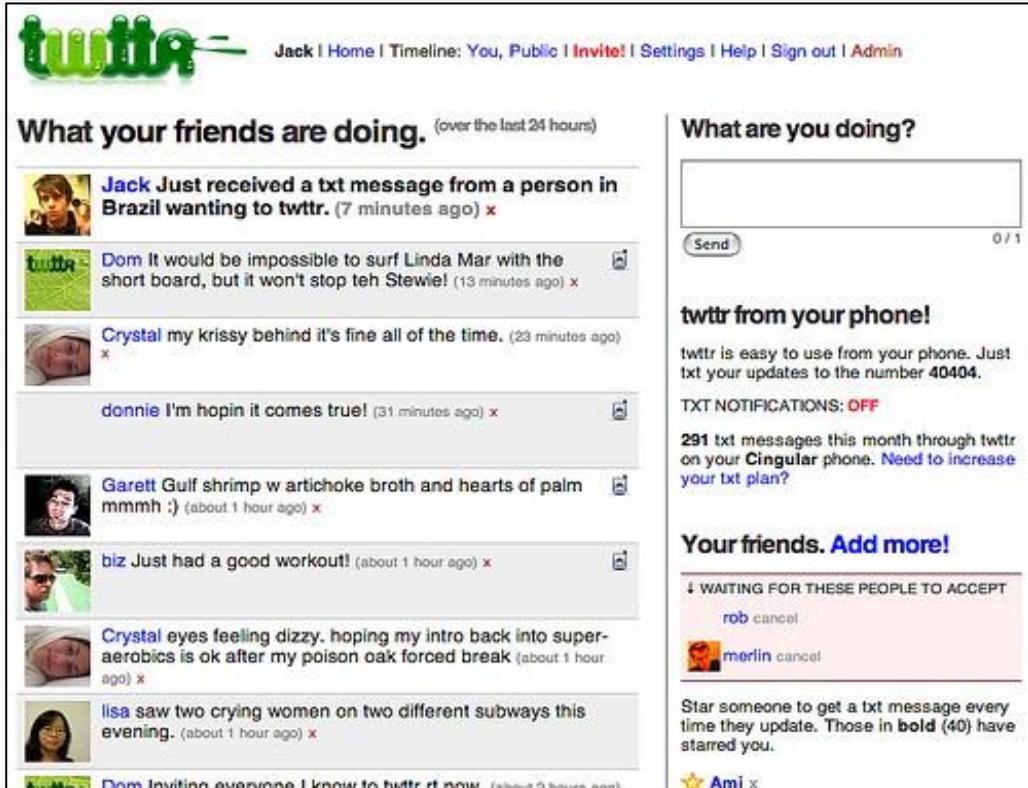
Odeoの従業員の有志メンバーで、集まり業務の間に開発。
プロトタイプを作成し社内限定で公開した。

結果

以下の気づきがあった。

- ・リンクの共有をできるようにしたい。
(ニュースや、気になるWebサイトなど)
- ・社内でまだ話したことのない、知らない人同士でも会話のきっかけになる。自分の状況の共有により人間性がわかり、会話が生まれたことがあった。

サービス仮説検証



当時のTwitter

SMS(電話番号を使うメッセージ)であることを除けば、現在のTwitterとコンセプトは変わらない。

また別の記事で言及するが、Slackもゲーム会社の社内コミュニケーションツールから生まれたサービスだ。

初期ユーザー獲得(利用者側)

背景

サービス開始後1年で数千人のユーザーを抱えたTwitter
しかしユーザーの数が伸び悩んでいた。
そこで今までTwitterを使ってくれていたような、
インターネットサービスに感度が高い人が集まるイベントに
照準を合わせた。

仮説

Twitterを使えばSXSWのような大規模なイベントでも、どこで何をしている
かがわかり人々は使うのではないか？
※SXSW・・・米・テキサスで開催される、音楽や映画、テクノロジーの祭
典。会場広く開催セッション数が多すぎて、回りきれないのが特徴

初期ユーザー獲得(利用者側)

解決策

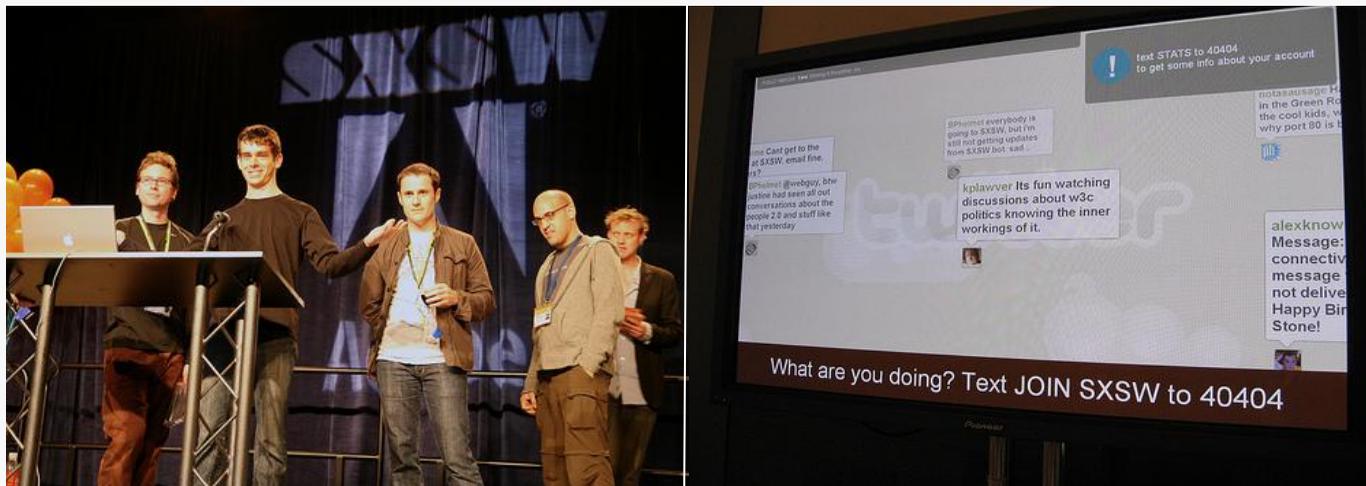
2007年のSXSWに出展。11K\$ (約100万)を支払い
1番メインの廊下に、60cmのスクリーンを設置。
#SXSWを使って会場内の人のすべてのツイートを映した。
これにより参加者から参加者へ広がり、登壇者から参加者へ広がった。

また、SMSに”Join sxsw”という文字を打つだけで
Twitterに参加できるようコードを開発。簡単に使えるようにした。

結果

施策前後で1日のツイート数は20,000⇒60,000になった。
また、イベントのブログ関連の賞を受賞。
Twitterが世の中に知られるきっかけになった。

初期ユーザー獲得(利用者側)



左図: Twitter CEOジャック・ドーシーは、SXSWによりブログ関連の賞を受賞。これにより多くのメディアにSXSW Explosionと取り上げられた。

右図: 実際の画面。

「○○のディスカッションが面白いよ。」や、
「△△のWifiがよく繋がるよ。」という会話が見える。