

売上アップを実現する SNSの上手な活用術

SNSマーケティング 導入の準備

SNSを上手に利用すれば、たとえフォロワー数が少なくとも、コストをかけずに新規顧客を獲得し、売上アップにつなげることができます。その活用術を紹介します。

株式会社SYK

掲載(予定)テーマ

執筆 喜多野 修次
監修 山崎 弘章



- vol.1 SNS をビジネスに活用しよう!
- vol.2 SNS の特徴とターゲット
- vol.3 SNS マーケティング導入の準備
- vol.4 どんな人を担当者にすべきか
- vol.5 どんなコンテンツを投稿すればよいのか
- vol.6 Twitter 活用術①

vol.

03

フォロワー数よりも 見込み客の獲得を第一に

今回は、初心者が最も始めやすいInstagramの導入準備について紹介します。

まずは、「アカウント運用の目的(ゴール)」を定めましょう。

フォロワー数をとにかく増やして権威性を出したいというよりは、少ないフォロワー数でよいの

で見込み客獲得につながる運用をしたい人がほとんどでしょう。そこで重要なのは、「問合せ方法」を明確化しておくことです。Instagramからの問合せ方法には、次の3とおりがあります。

- ① Instagramプロフィール欄のURLから自社HPへ誘導し、そこから問合せをもらう
- ② Instagramプロフィール欄からメルマガやLINE公式アカウ

ント(旧名LINE@)に誘導して問合せをもらう

- ③ InstagramのDM(ダイレクトメッセージ機能)から直接問合せをもらう

Instagramから直接モノやサービスを買ってもらうのは、ハードルが高いため、まずはHPへ誘導し、メルマガやLINEに登録してもらい、メルマガやLINEなどのクローズドのコミュニケーションでPRを行なうことで見込みを濃くしていく、販売に繋げるほうが、売上は大きくなります。

つまり、Instagramでは見込み客リストの獲得を第一の目的に据えて、LINEやメルマガに誘導したうえでセールスしていくという流れがベストです(図表1)。

見込み客の獲得につなげる プロフィールの編集テクニック

実際にInstagramのプロフィール欄を編集してみましょう。Instagramの画面上で、「プロフィールを編集」というボタンをクリックして設定します。

- (1) URL

Instagramのプロフィール欄にはURLを1つしか貼ることができません。そこで利用したいのが、

「Linktree」というURL複製サービスです。Linktreeを使うことで、InstagramのプロフィールURLから複数のURLをまとめて掲載したページへ誘導することが可能になります。

Webで「Linktree」と検索して会員登録をすれば、簡単に複数のURLへ誘導できる実装リンクを生成できます。

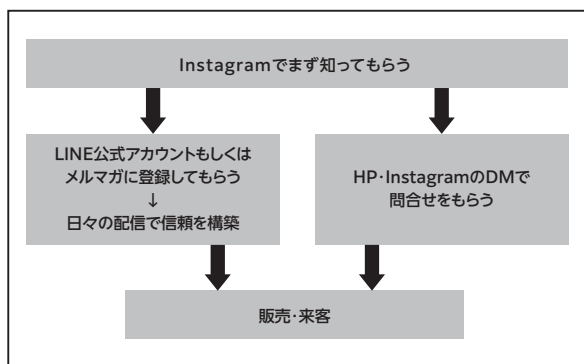
- (2) アカウント名・アイコン

アカウント名とアイコンには、企業アカウントであっても、顔出しができる人がいれば(社長もしくは広報担当者など)、その人の名前と写真を設定するとよいでしょう。

対人のつながりを重視するSNSでは、会社名で認知を広げていくよりも、個人の名前(たとえば、社長の名前と顔)で認知を広めていくほうがユーザーに覚えられやすい傾向があります。可能であれば、アカウント名とアイコンは個人名かつ個人の写真で運用していくとよいでしょう。

顔出しが難しい場合には、アイコンに会社のロゴもしくはサービスや製品のロゴを使用し、アカウント名は会社名(＋部署名)、サービス名などでも構いません。

図表1 Instagramを活用したSNSマーケティングの流れ



図表2 個人名で運用する際のプロフィール例



図表3 企業名で運用する際のプロフィール例



(3) プロフィール文
 プロフィール文には150字の文字制限があるため、簡条書きなどシンプルな説明が好まれます。
 特にInstagramでは、アイコンとプロフィールが8割といっても過言ではありません。実際に7割近くのユーザーは、アイコンとプロフィールを見て離脱しているというデータがあります。ファーストインプレッションでいかに惹きつけるかが大切です。
 プロフィール文では、「誰」に対して「どんな」情報を発信しているアカウントなのか、一目でわかる専門性が大事です。

① 個人名でのプロフィール文
 個人名で運用する場合、その個人の簡単な自己紹介を3行程度で簡条書きします。
 たとえば、「会社を〇年経営」「年商規模」「従業員数」「年間35か所以上旅する旅行オタク」など、経歴を含めて、専門性や権威性を出すことが大切です。
 また、親しみやすさを感じてもらうために、「生年月日、年齢、家族構成」などを記載して、人間味あるプロフィールにしてもよいでしょう(図表2)。
 ② 企業名でのプロフィール文
 企業名で運用する場合、会社

名、商品・サービス名を記載のうえ、その商品・サービスが誰に對してどんな悩みを解決できるのかを簡条書きで簡潔にまとめます。そのメリットを訴求して、ユーザーを惹きつけるのです。
 たとえば、「〇〇(に悩んでいる人)のための〇〇専門家」、もしくは「〇〇(に悩んでいる人)が〇〇になれる方法」という書き方がおすすめです(図表3)。
 プロアカウントへ切り替えよう

ビジネスでInstagramを使用する場合は、プロアカウントに切り替えることをおすすめします。プロアカウントでは、分析機能を使用したり、ビジネスの連絡先を記載したりすることが出来ます。
 プロアカウントへ切り替えるには、「プロフィールを編集」もしくは、「設定」の「アカウント」から、「プロアカウントに切り替える」に進みます。
 アカウントタイプを「クリエイター」か「ビジネス」から選び、次にカテゴリーを選択します。カテゴリーは、プロフィールに表示するかどうかを選択できます。当てはまるものがない場合は近いカテゴリーを選び、表示をオフにしておくといでしょう。

その後、連絡先を設定し、Facebookページとの連携・作成が求められます。Facebookページを持つていない場合は無理に作成する必要はありません。
 プロアカウントへの切替えが完了したら、公式アカウントであることが伝わるように、プロフィールを編集しましょう。
 メンションやハッシュタグを挿入することもできます。関連アカウントやユーザーに使ってほしいものがあればプロフィールに入れておきましょう。

きたの しゅうじ フリーランスを経て、株式会社SYKを設立。100アカウント以上のSNS運用実績をもとに、SNSマーケティングのコンサルティング・運用代行サービスを行なう。著書に『SNSで人を集める!』など。