

## 売上アップを実現する SNSの上手な活用術

# Instagram 活用術②

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.07 Twitter 活用術②  
vol.08 Instagram 活用術①  
vol.09 Instagram 活用術②  
vol.10 LINE 活用術①  
vol.11 LINE 活用術②  
vol.12 LINE 活用術③



vol.

09

### Instagramを活用した 集客の流れ

Instagramを集客媒体として売上を上げるには、図1のような導線を構築する必要があります。

物販・小売業では、Instagramからの直接販売がおすすめです。一方で、10万円以上のサービスを提供する場合は、InstagramからメルマガまたはLINE公式ア

### 投稿画像 作成のコツ

カウントを経由して、商品理解を深めてもらってから、クロージングに入る流れがおすすめです。そのため、「投稿画像」「投稿文」「アクションプラン」「ストーリーズ」の4点について、押さえておくことが必要です。

実はInstagramで集客する際に

は、いわゆるインスタ映えする写真は不要です。

ECや物販などの一部の業種においては、視覚効果が重要であるため、インスタ映えするきれいな写真を使うことが求められますが、それ以外の業種では、基本的に画像にタイトルを入れ込む形での運用が、いま最も集客しやすい投稿方法です(図2)。

画像に文字を入れるメリットは、見込み客(ターゲットコール)にダイレクトに響く訴求を行なうことができることです。その投稿を見て反応してくれるユーザーは比較的に見込みが濃いことがわかります。

たとえば、ダイエットに関するサービスの場合、「ダイエット失敗、ズボラでも30日で4・8kg痩せる方法」というタイトルをつけた投稿に対して「いいね」や「コメント」をくれるユーザーは、ダイエットに何かしら関心があるユーザーということになります。そして、その投稿をきっかけとして自社をフォローしてもらえれば、たとえフォロワー数が少なくとも、見込みの濃いユーザーを囲い込むことができます。

投稿画像に文字を入れるには、

「Phonto」もしくは「Canva」という無料のアプリを利用して、スマホまたはパソコンで3〜5分ほどで、プロ並みの洒落たデザインを作成することができます。

また、画像にタイトルを入れる際のポイントは、次の3点です。

- ① 主語が明確
- ② メリットが明確
- ③ キーワードが明確

この3つのポイントすべてを押さえた投稿を行なうことが理想ですが、少なくとも「①と②」もしくは「②と③」を押さえていれば、集客につながるタイトルを作成することができます。

たとえば、先のタイトルでは、

- ①主語が入っていませんが、②「30日で4・8kg痩せられる」というメリットと、③「ダイエット」というキーワードが明確になっているので、伝わりやすいタイトルということになります。

### 投稿文章 作成のコツ

投稿文に関しては、他のアカウントとの差別化がポイントです。

フォロワー数5000人以上のライバルのアカウントを5つほどリサーチし、ライバルよりも有益

図1 Instagramを活用した集客の全体像

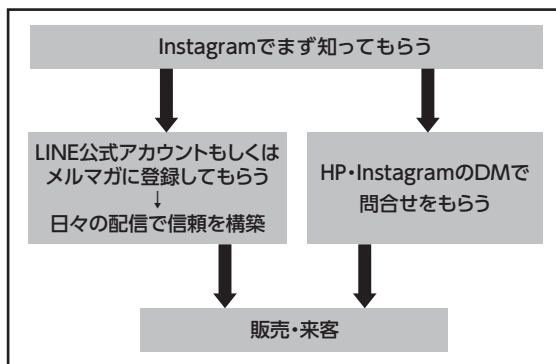


図2 Instagramの効果的な投稿例



かつ具体的にためになる情報をどれだけ投稿できるかが勝負です。SNSのユーザーは、よりためになる情報を常に求めているため、出し惜しみすることなく、ノウハウを9割出すつもりで投稿文を作成するとよいでしょう。

投稿文字数は、400～500字前後くらいが、おすすめです（人が1分間で読める平均の文字数は400字前後のため）。

また、1つの投稿に対して情報を詰め込みすぎても、ユーザーは消化不良を起こしてしまうため、ポイントは多くても3つほどに絞って書くことが重要です。

Instagramのアルゴリズムとし

て、1投稿あたりの「いいね数×閲覧数×保存数」が多ければ多いほど、「人気投稿」や「おすすめ機能」に乗りやすくなり、結果的に新規のユーザーの目にとまり、多いときには1日で3000～5000ほどフォロワーが増えることもあります。そのため、1つひとつの投稿の質を高めて、週に5日ほど投稿するのが理想です（難しい場合は、週に3日でもOK）。

**フォロワーを増やすアクションプラン**

Instagramでは、ただ投稿だけ行なっていればフォロワー数が増えるわけではなく、こちらからも

積極的にアクションをとる必要があります。それは、自社の投稿やサービスに「興味がありそう」なユーザーに、こちらからコメントやフォローをしに行くことです（筆者は「チラシ配り」と呼んでいます）。これを行なうことで興味のあるユーザーはフォローを返してくれたり、コメントを返してくるため、フォロワーを意図的に増加させることができます。

たとえば、ダイエツト情報を扱うアカウントであれば、ダイエツトに関する投稿に「いいね」をしているユーザーに対して、フォロワーやコメントを行ないます。

目安は週5日運用の場合、1日

とも大切です。

## ストーリーズを使いこなそう

Instagramの重要な機能に、「ストーリーズ」（24時間で消える投稿。画像や動画を気軽にシェアできる）があります。

Instagramユーザーの過半数は、アプリを開いたらまずストーリーズを見ると言われています。

ストーリーズは1日3回～4回ほど投稿するのが理想です。接回数を重ねることで、ザイオンス効果（同じ人・モノに接する回数が増えれば増えるほど、その人・モノに対して好印象を抱くようになる心理現象）が働き、ユーザーに自社の存在を覚えてもらうことができるからです。

ストーリーズで発信すべき内容は、大きく次の3つです。

① 日常の裏側（仕事風景・会社の雰囲気）がわかる動画

② 価値観や想い

③ サービスのメリットの説明

これらの内容に関する画像や動画を用意して、そこに文字を加えて発信することで、人間味を伝えながら、商品への理解を得ていくことができます。