

売上アップを実現する SNSの上手な活用術

効果測定と 運用見直しのポイント

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.13 YouTube 活用術①
vol.14 YouTube 活用術②
vol.15 その他の SNS 活用術
vol.16 競合他社の SNS 分析手法
vol.17 効果測定と運用見直しのポイント
vol.18 フォロワーとのコミュニケーション術



vol.

17

SNSマーケティングで多くの人が失敗してしまう要因として、効果測定ができていないことが挙げられます。

SNSで成果が上がらないのは必ず原因があります。多くはルーチンワークで何となく運用してしまっていることが原因です。

投稿は継続できていても、結局そこから「どれくらい集客できているのか?」「どれくらい売上が

SNSマーケティングの 効果測定の方法

SNSマーケティングの効果を

上がっているのか?」など、SNSの媒体ごとの費用対効果をしっかり計測しなければ、SNSマーケティングは成功しません。

SNSをダラダラと続けるほど愚かなことではないので、まずは効果測定方法を確認しましょう。

測定するには、スプレッドシートによる管理がおすすめです。

たとえば、Instagramの場合、

図表1に挙げた項目について、毎日データを記録しましょう。

特に、「フォロワー数」「コメント数」「フォロワー数」「フォロワー数」「最高ストーリー視聴数」やプロフィールURLからの「LINE(またはメルマガなどの)リスト獲得数」などを日々チェックしていれば、急に集客がでなくなったり、フォロワーの伸びが鈍化してきたときに、分析・対処がしやすくなります。

フォロワー数の伸びや集客数が鈍化した場合は、その前後の日に「どんな人にコメント・フォロー回りをしたのか」「どんな投稿をしたのか」「どんなタイトルをつけたのか」「どんなストーリーを投稿したのか」をチェックします。そうすることで改善ポイントの仮説を立てやすくなります。

逆にフォロワー数やLINEリスト獲得数が大幅に伸びるときもあるでしょう。その際も、その前後の日に「どんな人にコメント・フォロー回りをしたのか」「どんなタイトルを投稿したのか」「どんなストーリーをつけたのか」「どんなスト

リーを投稿したのか」を確認すれば、成功要因を把握しやすくなります。

毎日データを取ることで、スピーディーな改善が可能になり、より早く成果につながるSNSを育てることができます。

また余力があれば、先のデータに加え、1投稿当たりの「いいね数」「コメント数(リールの場合は再生数)」「保存数」もチェックするとよいでしょう。

Instagram以外のSNSの場合も同様に、データは毎日記録することが望ましいです。

たとえば、「Twitterの場合、その日にあげた「投稿のテーマ」や「フォロワー増加数」、1投稿当たりの「再生数」「コメント数」「シェア数」「保存数」などを記録します。

YouTubeの場合は、動画の「テーマ」と動画1本当たりの「再生数」「いいね数」「コメント数」を記録しておく、スムーズに運用を見直すことができます。

SNS運用見直しの 3つのポイント

記録したデータは定期的に集計し、運用の見直しを行ないます。たとえば、Instagramの場合、

図表1 Instagramの効果測定項目

	6/1	6/2	6/3	6/4	6/5	6/6	6/7	6/8
フォロワー数	50	50	50	50	50	50	50	50
コメント数	50	50	50	50	50	50	50	50
フォロワー数	3790	3827	3853	3896	3917	3984	4026	4049
フォロワー増加数	37	26	43	21	67	42	23	34
最高ストーリー視聴数	382	356	352	567	432	299	456	345
LINE リスト獲得数	4	5	3	6	7	5	12	6
投稿Aのいいね数	567	634	453	657	761	345	675	672
投稿Bのいいね数	545	498	501	601	555	480	666	598
投稿Aのコメント数	17	14	21	13	34	12	9	12
投稿Bのコメント数	18	15	18	14	22	21	13	8
投稿Aの保存数	23	45	21	12	47	36	25	34
投稿Bの保存数	13	34	33	22	18	28	29	19

図表2 Instagramのストーリー視聴数の確認方法



たとえば、総フォロワー数が1000人の場合は、毎月30〜50人をLINEリストに獲得できれば、問題ありません。

LINEリスト獲得数は、①フォロワー増加数と、③最高ストーリー視聴数の2つが大きく影響します。

得数は、総フォロワーの3〜5%が1か月間に自社のLINE公式アカウント（もしくはメルマガ）に登録するくらいのイメージを持つとよいでしょう。

ストーリーの視聴数は、アップしたストーリーを下にスワイプすることで確認できます（図表2）。

運用を見直す際に重要となるのが、次の3つの指標です。

- ① 1日当たりのフォロワー増加数
- ② 1日当たりのLINEリスト獲得数
- ③ 1日のなかでの最高ストーリー視聴数

この3つは集客に最も影響を及ぼす指標です。この3つの数値を最大化することが集客の肝です。

① 1日当たりのフォロワー増加数
フォロワー増加数については、1か月当たり最低でも700〜1000人ペースで増加していれば問題ないと言えます。

ただし、店舗アカウントなどで、地域に密着したフォロワーに絞って集客したい場合は、例外的に月に300〜500人ほどしか増加が見られなくても集客につながっ

ていれば問題はないと言えます。

月に700〜1000人ペースですと、1日当たり平均で25人程度は増加する必要があるため、データを記録していくうえで、1日25人以下が続く場合は、投稿タイトルの見直しやフォローコメント先を見直す必要があります。

② 1日当たりのLINEリスト獲得数
1日当たりのLINEリスト獲得数は、総フォロワーの3〜5%が1か月間に自社のLINE公式アカウント（もしくはメルマガ）（もしくはメルマガ）に登録するくらいのイメージを持つとよいでしょう。

③ 1日のなかでの最高ストーリー視聴数
ストーリーの視聴数は、アップしたストーリーを下にスワイプすることで確認できます（図表2）。

▲

きたの しゅうじ フリーランスを経て、株式会社SYKを設立。1000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。