

## 売上アップを実現する SNSの上手な活用術

# さらなる集客。 売上UPを図るには

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.19 さらなる集客・売上UPを図るには  
vol.20 コンテンツを充実させるネタ発想のヒント  
vol.21 ランディングページを最適化する  
vol.22 SNS 広告を活用するには  
vol.23 SNS を採用につなげる  
vol.24 SNS 担当者の変更・引継ぎの勘どころ



vol. 19

### ライブ配信を 活用する

#### (1) 顧客教育・ファン化に有効な ライブ配信

最近では、SNSのライブ配信を利用した集客・販売が、最も即効性の高いマーケティング戦術の1つとなってきました。

たとえば、1本のブログ記事や広告を目にして、投稿者の熱狂的

なファンになるという人は少ないでしょう。一方で、たった1本のライブ配信を視聴しただけで熱狂的なファンになる人は少なくありません。

顧客教育・ファン化において、SNSのライブ配信には大きなアドバンテージがあります。

(2) インスタライブとは

ライブ配信に最も適しているのは、「インスタライブ」です。イ

ンスタライブとは、Instagramで利用できるライブ配信機能で、生中継のようにリアルタイムで動画を配信・視聴することができます。

インスタライブは、YouTubeなどのように、配信機材を必要としません。スマートフォン内蔵のカメラとマイクを使用するので、スマートフォンの1台あれば手軽に利用でき、人気を集めています。

サービス開始当初は、著名人による配信が主でしたが、その手軽さから、いまでは多くの一般ユーザーや企業アカウントで日常的に利用されています。

当社も代表である筆者が、毎週インスタライブを配信しています。配信後の問合せから受注することが多く、売上全体の3分の1を占めています。

#### (3) ライブ配信のポイント

まずは、ライブ配信を行なう担当者を決めます。代表者が配信するのか、それとも広報担当者などのスタッフが担当するのか、あるいは複数人が持ち回りで配信するのか、会社の都合にあわせて決めておきましょう。

たとえば、アパレル業界などの販売業では動画映えるスタッフに配信してもらうとよいでしょ

う。コンサルティング業などの専門職の場合には、コンサルタントとしての知識・経験が豊富で話が上手なスタッフまたは代表者に配信してもらうとよいでしょう。

ライブを進行するうえでのポイントは、大きく3つあります。

① **タイトルとシナリオを用意する**

1つめは、ライブ配信のタイトルとシナリオ（大まかな台本）を用意することです。

ライブ配信では、ついダラダラと話してしまいがちですが、それでは視聴者がすぐに退席してしまいます。最後まで視聴してもらうには、伝えたい内容を事前にまとめておくことが大切です。「このタイミングでこの製品のこのポイントを伝える」というように具体的に整理しておくことで、情報密度の高い配信が実現でき、顧客教育効果が高まります。

#### ② **ゴール（目的）を定める**


2つめは、ライブ配信のゴール（目的）を定めておくことです。

ゴール（目的）は、毎回異なってもかまいません。今回のライブ配信はセミナー誘導のため、次の回のライブ配信は個別相談誘導のため、その次は質疑応答を通じてフォロワーのファン化・親睦を深め


## 実績のご報告

**インスタ100フォロワーから  
1ヶ月ちょいで3223フォロワー集め  
LINE公式200リスト集客した秘訣**

近日中に動画公開しようと思うだけで興味あり？



- 入学後の変化  
33万円の売り上げ（1作成功）
- 集客成功の秘訣  
・インスタフォロー数3223人  
・LINEリスト数200リスト



入学当初：1007フォロワー  
1ヶ月間2000〜3000増加！

にほんブログ村

**山田さんインスタ成功の秘訣知りたい？**

知りたすぎる、
83%

インスタ爆伸びさせたい
17%

山田 太郎 (個人用)さん

## またしても実績のご報告

こんにちは！  
いつもお世話になっております！

3月からsns集客スクールでさて  
まよ。  
半端なことです。

入会前からおかげさまで  
成長を出す事ができたのですが、  
そこらで思うようにいけない期間  
があり、  
何が原因だったのか  
がわかり、改善しました。

最新は  
インスタグループコンサート  
7月  
バスターのスクリーンを  
開いてみました！

金額にて、  
6万円以下になります。  
私と上場後の収益が  
5万円です。

半年間弊社のスクールで走り続け、  
成果を出し、  
集客の仕組み化を構築した結果、  
スクリーンが1つ上がった実績があります！

2ヶ月目でLINEから売上374万円  
6ヶ月目で月販51万円

皆さんは集客の仕組み  
できてます？

できてます！ 37%

はい、仕組み化自体よく  
わからない。 63%

月100人LINE×インスタ集客  
1dayズーム無料勉強会  
毎月速攻満席になりますので  
ご参加の方は早めに👉



👉 詳細&申し込み方法はこちら

ある場合は、いきなり誘導せずに、ゴールから逆算して1日〜3日ほどかけて段階的に興味付けのための情報をストーリーーズで投稿していきます（**図1〜3**）。

たとえば、図3のイベントに誘導したい場合、唐突にストーリーーズで図3を投稿しても、狙いどおりの集客は難しいでしょう。そこで、イベントの1日〜3日前から、図1↓図2↓図3の順に投稿していく、実績が出ていることを周知したあとでセミナー誘導を行います。こうした事前のシーディングの有無で、イベントの申込数に3倍以上の差が生まれます。

シーディングは、Instagramに限らず、メールマガジンやLINE公式アカウントでも有効なテクニックなので、ぜひ活用してください。

企業実務 2022. 10