



Instagram



絶対に抑えるべき インスタグラム集客

じっくり、よく考えたらそうだった！
気づきから生まれたインスタグラムの活用法

Instagramは 人と人とのコミュニケーションツールと 再認識して運用する



お店の[オフィシャル]ページを作るより
[個人のInstagram]でお店を紹介を時々する運用を
心がけましょう。



企業アカウントからのフォローより個人アカウントに
フォローされる方が[人]に興味を持たれます。



[個人のInstagram]では[個人と個人の繋がり]を
重要視し、たまにお店の宣伝コメントをする。
お店への営業はかけない事が大事。

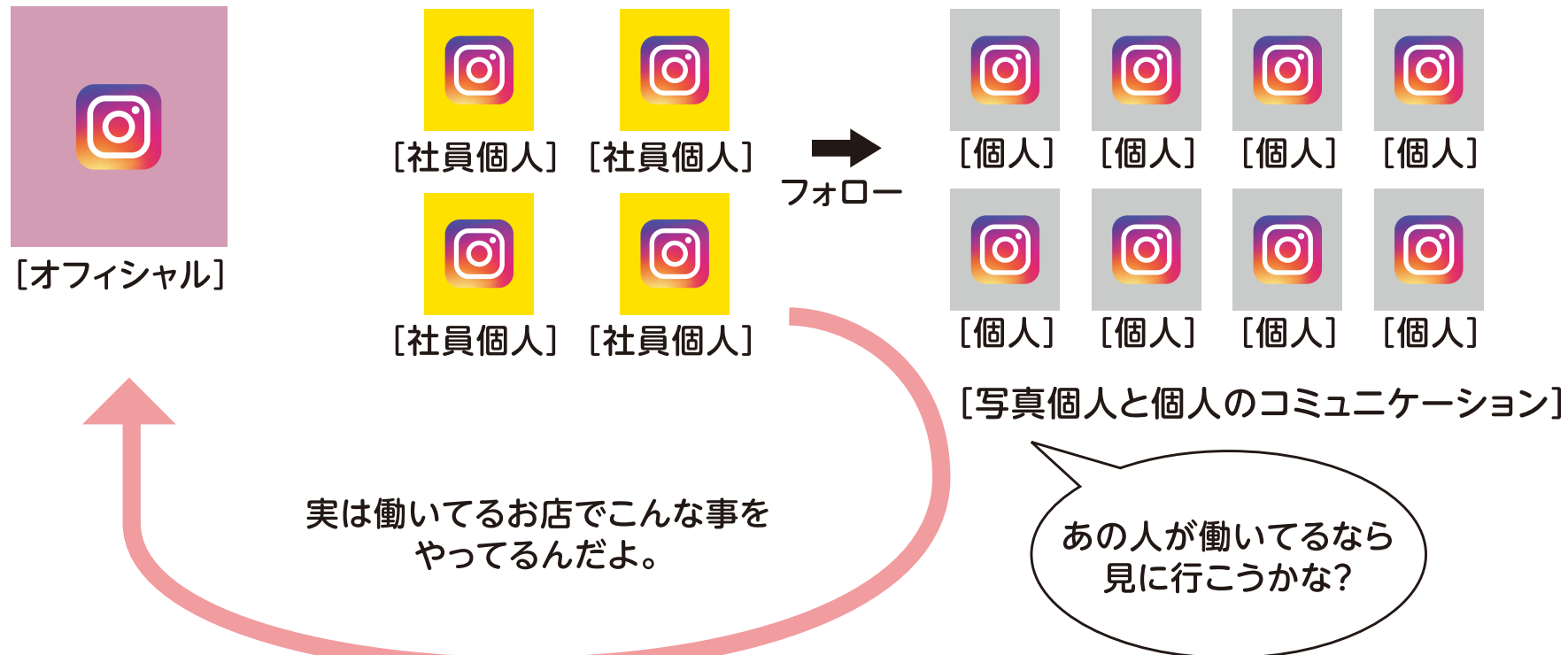
間違ったオフィシャルアカウントの運用



オフィシャルアカウントからのフォローは
あからさまに宣伝運用とわかる。
そこには人と人のコミュニケーションが存在しない。

社員様の個人アカウントを利用した運用

おしゃれな人～かわいい持ち物持ってるね!



[社員個人のインスタ]でオフィシャルを支える

お店に来てもらった後も個人と個人としてのお礼メッセージを返す。

※継続して個人的な趣味などのコメント返信など個人と個人の繋がりをもって囲い込みを行う。

プロフィールの再確認



プロフィールの記載内容は
最重要項目!

プロフィールを見て
5秒以内に離脱する確率

74%

誰に向けてアピールなのか、
興味を引きつける言葉か、
URLの誘導は大丈夫か、
簡条書きでわかりやすいか。

ハッシュタグの再確認

タグ数5コで、同じカテゴリーにされる内容をつける。

※Instagram側がどのカテゴリーの投稿なのか判断出来るように。

~~#美容院
#化粧
#おしゃれ
#かわいいバッグ~~



#美容院
#新しい髪型
#ショートカットで爽やかに
#カラートリートメント

発信内容の再確認



before



after



顔が見たいのではなく
生活イメージを
アピールする。

誰もカタログをインスタで
見たいと思わない。

平日なら
1,000円で旅行出来る
方法を発見!

実際に髪型が変わってからの
生活イメージを伝える事で
変わる自分をイメージさせる。

投稿の1/6くらいの確率で
自分自身の写真を掲載し
自分のファンを作る。

コメントにはTIPSや情報を少し入れる事で
フォロワーにとってメリットある
存在だと思われるようにする。

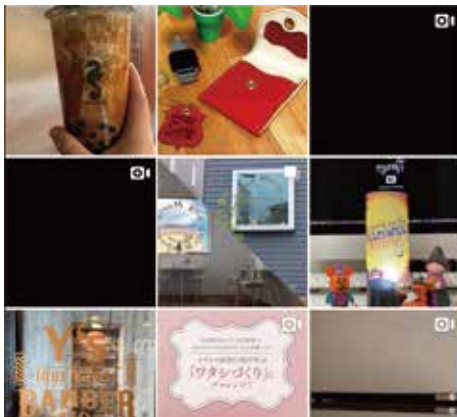
3つのレベルでファンをお店へ誘導

ファン
レベル

1



楽しそうな人だなあ
繋がっておこう。



ファン
レベル

2



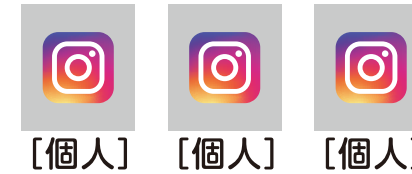
私も髪型変えて
そう言われたい



この髪型にしてから
明るくなったね!って
声をかけられる様
になったよ!

ファン
レベル

3



この人と同じ
思いを共有したい。

価格じゃなく人と人が
繋がれるコアなファンを作る。



集客としてのInstagram活用法

フォロー施策

来店客に[インスタフォローで5%オフ]などで
フォロワーを継続的に獲得する。

リスト管理

フォローしてもらえた方を一覧で
データ管理する。

コメント実施

定期的に一覧管理からお客さまにコメントを入れる。
ビジネスコメントじゃなく、アップされている内容に合わせた
友達同士のコメント風に。

関係の継続

親近感を持った個人と個人の間を保つ。
自分を中心に小さいコミュニティを作る。

再来店獲得

Instagramのシステム上、繋がりの強い人が上位に
表示されるために、こちらの投稿も見てもらえるので、
突発的なキャンペーンを実施した時も有効な宣伝になる。