

エリカさん インスタ運用戦略 11月18日

インスタには2つの使い方がある

- ①ホームページ的な使い方
- ②個人発信的な使い方

①ホームページ的な使い方

【概要】

⇒店舗や企業アカウントのような使い方。

⇒すでにお店に来たことがあってファンになっている人を取り逃さない、さらに深くファン化するための運用。

⇒載せる情報は「お店について」

- ・営業日程
- ・お店の方針
- ・お店の出来事、お客様の声
- ・お店のイベント告知など

【メリット】

- 更新が比較的楽
- 一度ファンになった方に、お店の存在を忘れさせない役割がある
- 常連さんがおすすめするとき紹介しやすい。

【デメリット】

- 拡散力は、ほとんどない
- ⇒新規顧客の獲得に繋がりにくい

②個人発信的な使い方

【概要】

⇒ほとんどのインスタ発信者がこちら。

⇒専門性のある個人が、その分野の中で役に立つ情報を発信（悩みの解決、理想の実現）

⇒インスタのおすすめ欄から存在を認知して、その個人へのフォロワーやファンが生まれていく。

⇒載せる情報は「ターゲットの問題解決」

- ・悩み解決
- ・理想の実現
- ・暇つぶし、満足感

【メリット】

- 拡散の可能性が高く、新規顧客との繋がりを作れる
- 「集客、教育、販売」の導線を作れる
- 0からブランディングとファン化をしていける

【デメリット】

- 更新が割と大変
- アカウントの設計が必要

「ジャンルの明確化」⇒セラピスト、整体と健康、

ルールや、フィードのテキストでは、ジャンルに沿った投稿が望ましい。

人の心を温める。心の健康。人の心に寄り添う。

⇒メンタルの健康と体の健康、この専門性。

売りたい商品やサービスを作り

その見込み客（ターゲット層）が集まる

インスタアカウントを作ることを目指す。

だから、まず「商品づくり」と「ターゲットの明確化」が重要。

次に「ターゲットの悩みの分析」が重要。

そして「ターゲットのニーズを満たしている、既存の成功したアカウントのリサーチ」が必要。

マッサージ、整体アカウント
ヨガ、ストレッチアカウント
心の健康系のアカウント

⇒リールのリサーチ
⇒自分ならどれが向いてそうか？

- 商品の制作
- アカウントリサーチと理想の決定
- リールとフィードの作り方の学習（CANVA と BLLO）
- インスタ運用知識の学習

地に足のついた店舗経営（地元での認知と口コミ）をしながら
インスタで可能性の拡大を目指していくスタイル。

エリカさんの気に入ったアカウントを5個ほどピックアップしていただく。
次のセッションの、前日くらいにアカウント名を告知。