singi

とりあえず独自の方法で
運用してしまっている...

指標って何を見ればいいの？

何を意識すれば
反応がいいのかわからない

＼ Instagram運用者必見！ ／

保存される投稿の作成ポイントを伝授！

シンギ株式会社

#Instagram運用 #保存率UP

Instagramで追うべき指標とは

Instagramの公式アカウントを始めてみたけど…
こんなお悩みはありませんか？

とりあえず色々投稿してみたけど、思うようにフォロワーが増えない

本当にInstagram運用は意味があるのか不安

フォロワーが増えるサイクルとは？

投稿の質を測る**「保存率」をあげる**ためのステップ

なぜ今Instagram運用が重要なのか

Instagramの重要性と追うべき指標をご紹介！

本資料では、これらの理由と具体的な方法について解説します。

目次

Table of Contents

01 Instagram運用を始めるべき５つの理由

02 重要な指標「保存率」とは

03 保存率UPのための５つのステップ

Contents 01

Instagram運用を始めるべき５つの理由

singi

01 「ググる」→「タグる」→「タブる」へ

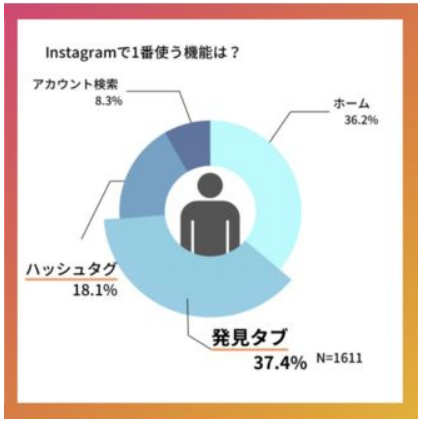
近年ユーザーは、自ら欲しい情報を取りにいくのではなく、
自分好みにレコメンドされたコンテンツを受け身で見ることが多い傾向にあります。

2019年Instagram Day

2019年は**「ググる」から「タグる」に**検索行動が変化していることが述べられていた。

2021年アンケート結果

Instagramで一番使われるツールは
ハッシュタグ18.2%に対し、
発見タブが37.4%と約2倍の数値に。



参照元：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000019.000044549.html

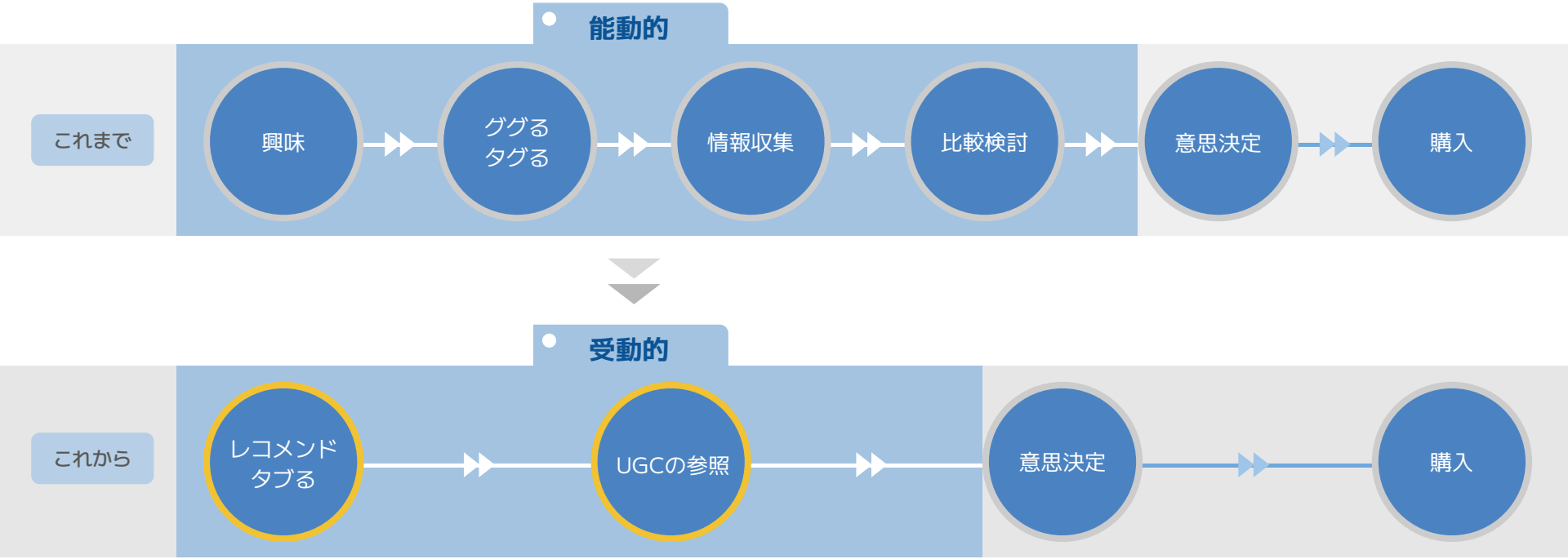
singi

02 InstagramがLP化している

商品購入に至るまでの**意思決定のプロセスに「Instagramで確認する」ことが含まれる**ようになり、

Instagram上に商品情報・UGCがあることがその商品や企業の「安心」に繋がっています。

（UGCとは、ユーザーの手によって制作・生成されたコンテンツの総称）



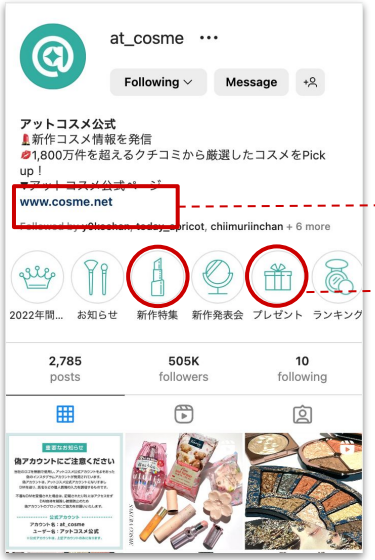
singi

03 商品購入に繋がりやすい

商品のLPや公式サイトに遷移するようInstagram上で動線設計をすることで、

Instagramからの流入で直接コンバージョン（購入）を獲得することができます。

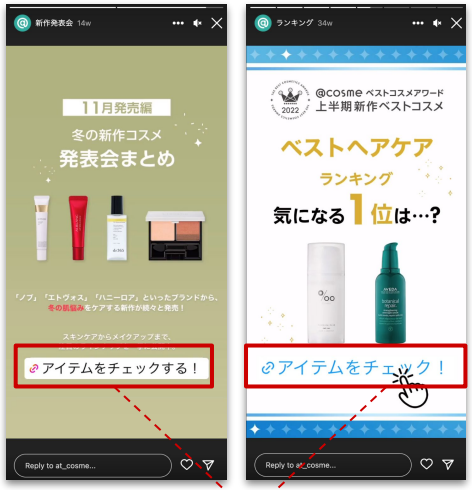
プロフィール画面



公式サイトのURL記載

カテゴリーごとにハイライトを作成し、ユーザーが求めている情報を届けやすくしている

ストーリーズでの商品訴求



ユーザーがすぐに商品詳細に辿り着けるように遷移先URLを設置

フィード投稿での商品訴求

リール投稿での商品訴求

引用元：https://www.instagram.com/at_cosme/#

singi

04 広告のCPAは今後高騰する可能性が高い

Instagram広告やインフルエンサーを活用したPR手法が当たり前となり、
広告主数の増加に伴いCPAも高騰して費用対効果が悪化することが予測されます。
そのため、広告からのコンバージョンだけに捉われず、**顧客に見つけてもらう戦略（インバウンドマーケティング）が必要となります。**しっかりとした**戦略に基づき集客された層は、ロイヤリティが高くファン化しやすいため長く続く顧客（LTVがよい顧客）となるため結果的に収益の最大化に**繋がります。

例）食材の定期便サービスの場合

これまで

これから

Instagramが今までのWeb広告の代わりに！

Instagramの登録者はロイヤリティの高いお客様に繋がります。将来的には継続的な売上に繋がる自社メディアの1つとして機能していきます。

インバウンドマーケティングとは:
ブログ、SNS、動画資料、イベント・セミナー、検索エンジンなどのコンテンツを、自分の興味・関心に基づいて自発的に取得し、
その結果自分に役立つ情報として企業のメッセージを受け取るプロセス全体をさす。ユーザーに見つけてもらうマーケティング手法のこと。

singi

05 誰でもInstagramマーケターになれる時代が到来した

YouTube、Twitter、TikTokと色々なSNSは誰でも運用できます。
その中でも、まずはInstagramから運用することをおすすめします。

理由

1. 他の媒体より手軽に運用できる
2. ビジネスでInstagramを活用している企業数が少ない（=ブルーオーシャン）
3. 再現性のあるバズを起こせる

① 他の媒体より手軽に運用できる

・投稿自体は簡単だが、文字のみでは伝わりにくいことも。
・140文字にまとめる文章テクニックも必要

・ビジュアルでのイメージは伝わりやすいが撮影や編集が大変

・1回5分で投稿できる手軽さ
・簡単な画像編集のみでOK
・実はインスタ映えの撮影スキルも不要

② Instagramを活用している企業が少ない

個人で多くのフォロワーをもつ「インフルエンサー」が多いためレッドオーシャンと思われがちだが、**実は企業公式アカウントは少ない。**
特にローカルビジネスが少ない。

▼想定される理由
・そもそもやり方がわからない
・やってみたがフォロワーが増えなかった

正しくアルゴリズムを理解した上で発信を続けさえすれば、ユーザーに情報が届く可能性は高くなる

③ 再現性のあるバズを起こせる

InstagramはTwitterと比べて「バズ」をはるかに起こしやすいです。
Instagramでの「バズ」はフォロワー以外の発見タブに掲載されることが重要。

フォロワー3,000のアカウントでも、2万超えのリーチを獲得できます

Contents 02

重要な指標「保存率」とは

singi

01 まず、Instagramマーケティングの本質を理解する

InstagramではA/Bテストの実施よりも、ユーザーの目的と心理的な動きを理解することが重要！

インスタ映えではなく、**自分に有益だと思われる主観的な情報を”コレクション”（＝カテゴライズして保存）する**時代になっています。

Instagramユーザーの動き

主観に人は集まる

Instagramでは、Googleなどの検索エンジンから取得できる一般的なデータではなく、**投稿主の主観的な発信内容**に共感を覚える。

例）〇〇オススメ時短レシピ、5月に買ってよかった5選

コレクションする

ユーザーはInstagramの**保存機能を活用**し、次にやりたいネイルデザインや髪型、服、インテリア、お店などを**フォルダ分けし、コレクション**している。

コレクション例

singi

02 保存が購買に強く影響している

ユーザーは普段から Instagramを頻繁にチェックしており、興味のある投稿をメモ代わりに保存し、「行きたいカフェ」「次に買う服」など、コレクションしています。

何か物を買うときは**保存の中から比較検討して購入する行動パターン**になります。

movement pattern 01

日常的に Instagramの
投稿をチェック

movement pattern 02

欲しい物や興味のあるものを保
存し自分のコレクションに

movement pattern 03

保存していたものの中から比較
検討し買うものを決める

ユーザーに保存されるような投稿作りが重要！

singi

03 保存率とは？

新規フォロワーを獲得するには、フォロワー以外のユーザーに投稿を見てもらう必要があります。

そのためには**「発見タブ」と「検索」で表示されることが重要**です。

発見タブに掲載されるためには、**Instagramに“質の高い投稿”と判断される必要**があります。

保存率

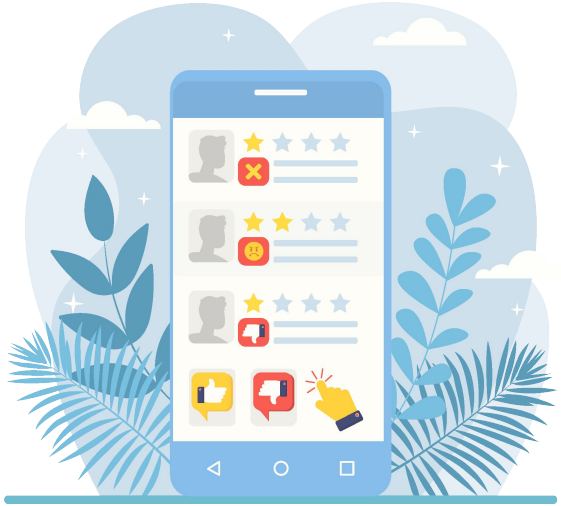
投稿を見たユーザーが、その投稿をどれだけ保存したのかの割合。

保存率=保存数÷リーチ数

※目標は「保存率2%」

※保存数とリーチ数はアカウントの「インサイト」で確認可能

※各投稿ごとに計算する



では、保存率UPのための“質の高い投稿”とは？

Contents 03

保存率UPのための５つのステップ

step:: 01

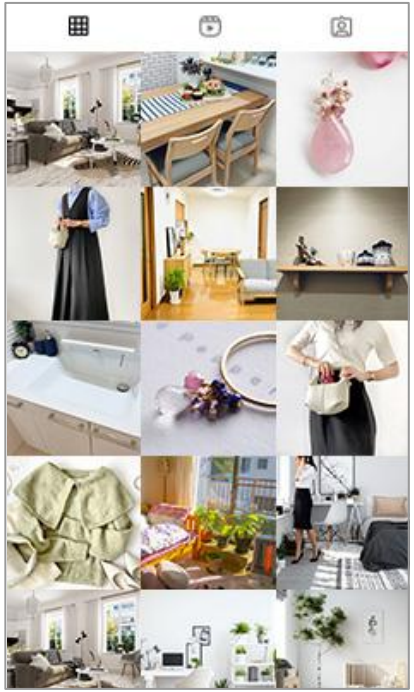
オリジナルで主観の入った情報を意識する

ユーザーはどんな投稿を保存したいと思うのか...

フィード投稿だけでなく全ての投稿に通ずるのは、**「オリジナルな情報があるか」**が重要です。

商品カタログのような綺麗な画像が並んでいるよりも、その発信者にしか取れない日常感ある写真や主観に共感します。

商品カタログのようなきれいな写真は保存率がいまいち...



オリジナルな情報

日常感のある写真

画像だけでなくキャプションも利用することでオリジナリティをより表現できます。

step:: 02

見返したくなる発信で保存率を向上させる

ユーザーは自分に合った情報でないと保存してくれません。

ペルソナに合ったコンテンツを考え、見返したくなる要素を入れましょう。

見返したくなる投稿の3つの基準

01 自分の興味のある分野の専門的な知識や内容（知識関連）

・仕事に関する情報
・語学や資格取得に向けて有益な情報

02 何かをやる時に参考になる内容（ノウハウ発信）

・転職成功までのステップ
・料理/レシピ
・ダイエット法

03 いつかやってみたいこと（体験関連）

・行ってみたい観光地の情報
・これから挑戦してみたい趣味に関する情報

step:: 03

表紙（1枚目の画像）に心理学的視点を意識しよう

表紙（１枚目の画像）でいかに引き付けるかが大切です。コンテンツの中身が充実していても、1枚目の表紙が悪いと保存につながりません。心理学的な視点を活用してコンテンツを読んでもらう工夫をしましょう。

カクテルパーティ効果

騒がしい状況でも自分に関連する情報は、無意識に聞き取れる。

例）「社会人1年目の方！」
「クセ毛なあなたへ！」

カリギュラ効果

禁止と言われると逆に気になりやりたくなる

例）「本当は教えたくない〇〇！」
「〇〇な人は見ないで！」

ハロー効果

権威性のある人の話は信頼できると感じる効果

例）「店長イチオシ！」
「インスタでバズった〇〇！」

スノップ効果

希少性の高いものや限定物に惹かれる効果。

例）「残り3日！」
「数量限定！」

バンドワゴン効果

流行っているものが良いと感じたり、みんなと同じ行動をすることで安心する。

例）「〇〇が愛用！」
「3秒に1本売れた！」

プロスペクト理論

失敗や損をすることを避けたい

例）「3つ当てはまったら要注意！」
「今更聞けない〇〇！」

step:: 03

【参考】効果の高いキャッチコピー例

心理学とあわせて以下の**効果的なキャッチコピーを意識**してみましょう。
伸びているInstagramの投稿やYouTubeのサムネイルも参考になるのでオススメです！

数値を入れる

・〇〇の方法5選
・バズる投稿に共通する3つのこと

パロディ化する

・そうだ、〇〇行こう
・〇〇ダメ、絶対
・〇〇で損する人！得する人！

指示語を使う

・初めて買うならこれ！
・これは絶対買い！
・〇〇したいなら〇〇しろ！

自分ごと化させる

・〇〇好き必見！
・あなたはいくつ当てはまる?
・〇〇に悩む人集まれ！

逆説を入れる

・実はそれ…
・本当は〇〇だった!?

疑問を抱かせる

・〇〇で失敗した理由
・実はこれ、間違っています

step:: 04

リール投稿の重要性

リールでは最大60秒のショート動画を投稿できます。

フィード投稿に比べて露出量が多く、再生回数UPを狙えるため、積極的に活用しましょう！

伸びるリールの3つのコツ

01 最初の1~3秒で惹きつける

・「閲覧注意！〇〇の掃除術」→「閲覧注意」と言われると逆に気になってしまう。
・「これで最後のダイエット」→成功までの過程を見せてくれるとすぐ判断できる。

02 多くの情報量を取り入れる

・早口のナレーションを入れる→1度で聞き取れず繰り返し視聴してくれる
・複数のテキスト（料理、心の声、材料）を載せる→1度で全て読めず繰り返し見てくれる

03 予測不可能性を取り入れる

・一重メイクのNGパターン→OKパターンが気になる
・30日後にオムレツを作れるようになるよ→30日後の結果が気になる

リールはここから見れます。

step:: 05

もっとも重要なPDCA

投稿の保存率が2%を超えていれば特に投稿の質に問題はないですが、
数値に関わらずPDCAを回し続けることが重要です。

心理学的な視点を取り入れた引きの強い表紙を作ったり、デザインを調整したり、
リールを投稿してみたりとInstagramでできる施策は沢山ありますが、
ただ投稿し続けるのではなく、
仮説と検証をしっかり行い効果を最大化させましょう。

またSNSの流行の移り変わりは早いので、常に他の伸びている投稿やジャンル、
BGMなどの**情報にアンテナを張り、**
トレンドにあわせた投稿をすることも重要です。

まとめ

Instagramは、LPの役割を担ってきています。商品購入に繋がりやすいため、
アカウント運用に注力することで、広告予算を抑えつつ顧客に見つけてもらう
インバウンドマーケティングに沿った集客が期待される媒体です。
ビジネスで利用している企業はまだ少ないため、今から運用を始めるのがオススメです！

重要な「保存率」とは

- 新規フォロワー獲得のために
  発見タブへの掲載を目指す
- 目標は“保存率2%”
- 保存率=保存数÷リーチ数

保存率を上げるためのコツ

- オリジナルな情報や主観を発信する
- ユーザーが見返したくなる投稿を意識する
- 表紙に注力し読んでもらう工夫をする

Instagramのアカウント運用は、**いかにオリジナルな投稿でユーザーに質の高い情報を届け続けられるかが重要**です。
コンテンツを継続的に企画し続けたり、デザインのPDCA、1つ１つの投稿の振り返りを続けることが
運用ご担当の方の負担になるのが実情であり、ビジネスでの利用が現状少ない理由のひとつとなります。

運用をプロに任せるという選択も

Webの活用は、自社サービスや商品にあった地道な運用があってこそ

- やらなければいけないことは理解しているけど、人手が足りず運用がまわっていない。
- 社内でやっても人件費が結局かかっている。
- 何から手をつけていいかわからない。

そんな時はプロに相談するという選択も。

月額6万円〜

作業量に応じた定額料金(チケット制)
わかりやすく安心の料金形態

- **Webを利用して売上をUPしたい。**
  自社商品・サービスの分析。最適な広告プランのご提案。運用など。
- **サイトの運用をお願いしたい。**
  デザインコーディング(画像差し替え、お知らせ更新など、日々の更新)
- **社内の業務を相談したい。**
  Webの情報管理ツールの基本設定、サポートなど。

まずはご担当者様との打ち合わせからご要望をお伺いし、クライアント様のサービスや商品をしっかり理解した上で、
ご予算にあったプランをご提案しています。

すでに多くの企業様からWebのパートナーとして信頼いただいた実績がある**「シンギ株式会社」**だからこそできるご提案をいたします。まずはお気軽にお問い合わせください。

（※制作実績は一部弊社Webでご確認いただけます。https://sng.co.jp/ ）

singi

電話：

0422-26-7479

お問い合わせ：

promotion@sng.co.jp

https://sng.co.jp/