

インスタグラム集客セミナー

...

2020年4月24日(土)

講師:安藤洋樹

自己紹介

安藤洋樹

- ・女性専門パーソナルトレーナー
- ・福岡リゾート&スポーツ専門学校卒業
- ・2018年株式会社ウイングート、東急スポーツオアシス入社
- ・2020年4月にフリーランスとして独立
- ・現在は渋谷、池袋でフリーで活動中



実績

- ・フリーランスとして独立後のセッション月平均90～100本
- ・Instagram集客月平均2～3件
- ・LINE@集客平均3～5件
- ・YouTubeからの問い合わせ月1、2件
- ・2021年1月からBS朝日「イケトレ！」にレギュラー出演

今回の内容

①インスタグラム集客

- ・SNSについて
- ・インスタグラム攻略
- ・ターゲット選定
- ・プロフィール作成
- ・投稿作成

②集客導線について

- ・DRMについて
- ・LINE@の使い方
- ・モニター募集のやり方
- ・安藤の実際の導線

③質疑応答

- ・約20分ほど
(なければ終了)

① インスタグラム集客



SNSについて

様々なSNSがある中である程度の
情報を知り、自分に合ったSNSの
運用をすること。

SNSの使い分け

SNSで「人の価値」を測る時代になってしまっているのでしっかりと攻略をするべき

Twitter→ 数を量産する媒体

Instagram→ 徹底的にパクリ媒体

YouTube→ 世界観を作る媒体

TikTok→ コンテンツを再利用する媒体

インスタグラム攻 略

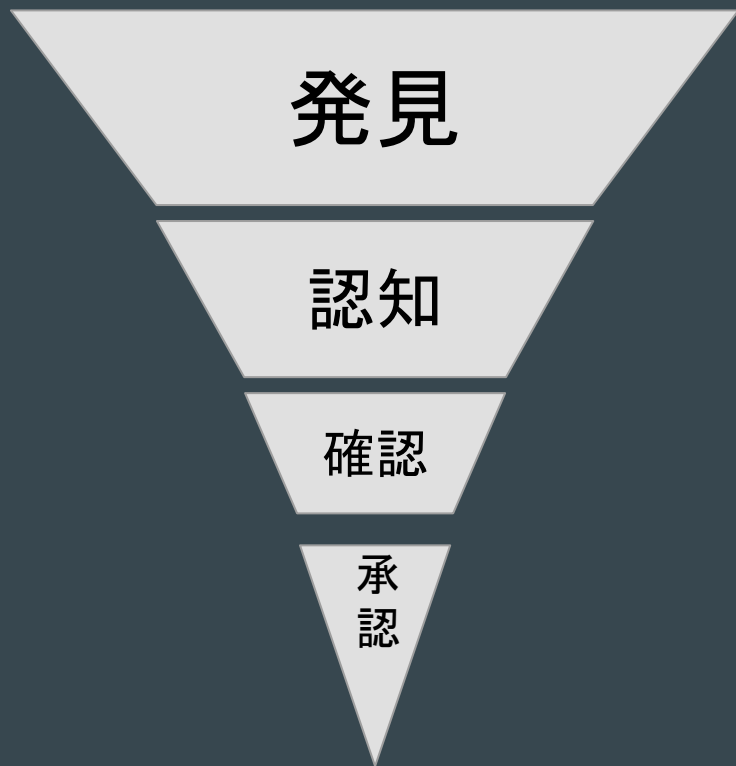
インスタグラム

【大好きな人や大好きなこととあなたを近づける】

×抽象度の高い理解

○プラットフォームの狙いを理解

フォロワーが増えるメカニズム



アカウントを見つける

①検索②タグ付け③発見タブ④外部



コンテンツを見る

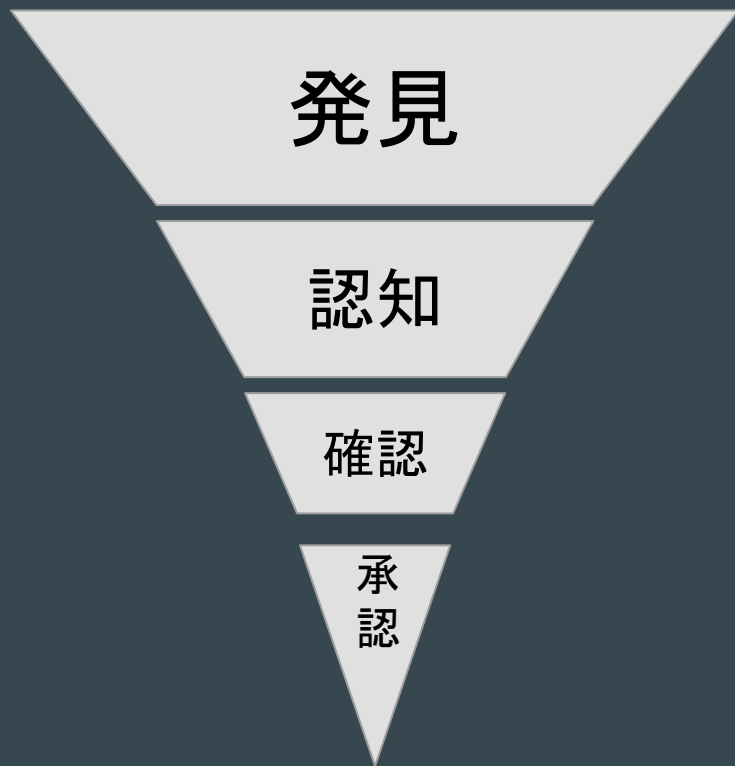


プロフィール、その他コンテンツを見る



フォロー

フォロワーが増えるメカニズム



インプレッションを増やす戦略

- ✓ 発見タブに載る方法
- ✓ ハッシュタグ検索で上位表示される方法
- ✓ タグづけ紹介される仕掛け



プロフィールアクセスを増やす戦略

- ✓ 興味を持ってもらうコンテンツ作り
- ✓ プロフィール誘導への仕掛け



フォロー率を増やす戦略

- ✓ プロフィール欄のクオリティ
- ✓ 他コンテンツ回避の仕掛け



フォロー

アルゴリズム優遇されるために

✓ 保存 > コメント > シェア > いいね

保存したくなる投稿は？

✓ 滞在時間を伸ばす

スライドは10枚フル活用

動画を活用

1スライドあたりの情報量を増やす

✓ 1枚目 > > > > > > > > > 2枚目以降

1枚目を制するものはインスタを制す

✓ フォロワー親密度アップ

コメント返信は誰のためにするのか？

ストーリーとDMの真の活用法

ターゲット選定

- ターゲット選定
- キャラ設定
- ゴール設定

ターゲット選定

ざっくりと誰に何を届けるのか？を明確にしておくこと

- ・どんな悩みを抱えていて
- ・どんな生活(未来)に憧れていて
- ・どんな情報を収集していて
- ・どのくらいお金を使う層なのか？

ターゲット選定

安藤の例

- どんな悩みを抱えていて→自分の体型にコンプレックスがある
- どんな生活(未来)に憧れていて→コンプレックスを解消して自信を持ちたい
- どんな情報を収集していて→ファッション、美容、ダイエット
- どのくらいお金を使う層なのか？→自分の体のためならお金を惜しまない

※なるべく1つのジャンルに絞ること

ゴール設定

そのSNS運用は何のために行うのかを決める

安藤の例

- ・メディアに露出したい
- ・自分のビジネスのための集客ツールにしたい
- ・自分のファンを増やしたい
- ・認知度を拡大させたい

※ターゲットとゴールを一致させること

キャラ設定

ゴールのためにどんな自分であるべきなのか？

・なりたい自分

・約束事

・なれそうな自分

・信念

・なるべき自分

・人柄

・色

キャラ設定

安藤の例

・なりたい自分

＝必ず成果を出すトレーナー、自分らしくありのままにお客様と接する
お客様のことをお姫様のように扱うような紳士的な対応

・なれそうな自分

＝必ず成果を出すトレーナー、自分らしくありのままにお客様と接する

・なるべき自分

＝成果を出しつつも、お客様の悩みや相談に真摯に向き合うトレーナー

※ゴールのためにどんな自分になるべきなのか考える
(無理な自分は演じずに、ありのままの自分になることが望ましい)

キャラ設定

安藤の例

- ・約束事

＝あなたのコンプレックスを必ず解消させ、人生を変えさせます

- ・信念

＝必ず成果を出し、あなたのなりたい体へと変化させる

- ・人柄

＝女性の悩みや相談を全て解決できる、接しやすいトレーナー

- ・色

＝白と水色、オレンジ(爽やかさや優しさのある色味)

→ターゲット層が気に入りそうな色

プロフィール 作成

- フォローされないプロフィール
- プロフィール作成のポイント
- プロフィール作成テクニック

フォローされにくいプロフィール

- ・ビジネス感の強いアカウント
- ・誰のために何を発信しているのかがわからない
- ・プライベートばかりの投稿
- ・「お問い合わせはDMまで」はNG
- ・資格などを載せている
- ・文章がバラバラで見づらい

プロフィール作成のポイント



402
投稿

6,521
フォロワー

861
フォロー中

Hiroki Ando 安藤洋樹

フィットネストレーナー

「コンプレックスを解消させて人生を変える」
過去に体型がコンプレックスでいじめられたあなたへ！
毎日投稿心がけてます 🙌

- 美姿勢・美ボディになるための投稿
- 僕と一緒にトレーニングしませんか？ 😊
- BS朝日「イケトレ」レギュラー出演中

僕の日常をYouTubeに載せてます！ ✨

youtube.com/channel/UCaNhOIQJyxPCNPv0MjqZoew

✓ あなたが何者かを明確にする

職業/商圈/経歴

※あなたには誰も興味ない

✓ フォローするメリットを明確にする

発信コンテンツ/ターゲット/ニーズ/発信頻度

※「私」がフォローしたかった人だ・・・！

✓ 権威性を出す

職歴/コンテスト/お客様/メディア出演

※自分が権威と思ってなくても謙遜不要

プロフィール作成テクニック



402
投稿

6,521
フォロワー

861
フォロー中

Hiroki Ando 安藤洋樹

フィットネストレーナー

「コンプレックスを解消させて人生を変える」
過去に体型がコンプレックスでいじめられたあなたへ！
毎日投稿心がけてます 🙌

- 美姿勢・美ボディになるための投稿
- 僕と一緒にトレーニングしませんか？ 😊
- BS朝日「イケトレ」レギュラー出演中

僕の日常をYouTubeに載せてます！ ✨

youtube.com/channel/UCaNhOIQJyxPCNPv0MjqZoew

・アカウント名に【誰どこ/何/】

・箇条書き

・前半4行は興味レベル0

・後半は興味レベル50

・数字を出す

・コンプレックスとストーリー

・プロフィール写真のクオリティ

・みんなの好きなパワーワード

今すぐ、誰でも、簡単に、無料で、わかりやすく

注意！：やってはいけないこと

- ・いいね周り/フォロー→フォロー解除
- ・LINE直リンクandリンク集
- ・自分本位の営業連発
- ・告知ばかりのストーリー
- ・投稿に関係のないハッシュタグ
- ・カッコつけて取り繕う

インスタ 投稿作成

- マークアカウントを決める
- オススメの投稿の仕方
- オススメアプリ

マークアカウントを5つ決めよう

自分と同じターゲットや同じキャラの参考アカウントを5つ決める

(業種が違っててもOK)

→マークアカウントをTTP(徹底的にパクリ)

※投稿内容の丸パクリはNG

・投稿内容 ・使用画像

・使っている色 ・使っているフォント

安藤の例

テーマ「体を美しく綺麗に変化させるための方法」

「自分の写真を使って、安藤という人を強調」

- ・投稿内容 → 自分と似たトレーナーの投稿内容を参考にしてる
- ・使用画像 → 投稿内容にあった女性の体の部位
- ・使っている色 → 全体的に白っぽい色味
- ・使っているフォント → 明朝体



オススメの投稿の仕方

- ・画像は10枚全て使う
- ・動画を含めること
- ・1枚目が大事。ターゲットが興味湧くワードを使用
- ・最後に自分の情報や、LINE@への導線を促す画像
- ・全部ビジネス用の投稿でもいいが、たまに自分の写真も出すと良い

オススメアプリ

これらのアプリを利用してターゲットに刺さる投稿を作成しよう！

- ・インスタ画像作成 「Canva」
- ・インスタ文字入れ 「Phonto」
- ・動画編集 「VLLLO」「iMovie」
- ・画像編集 「PicCollage」

②集客導線について



DRM について

DRMとは？

「ダイレクトレスポンスマーケティング」

- ・顧客との関係を築き販売する
 - ・全てのステップにおいて反応率 が
想定できる
-

集客導線主な流れ

・Twitter、Instagram、Facebook、TikTok、YouTube、BLOG 「リード」(見込み客)



・無料サロン、LINE@、LINEオープンチャット 「リスト集め」



・セミナー、zoomセミナー、「フロントエンド」(お金:有 or無)



・個別体験、Facebookグループ、オンラインサロン 「ミドルエンド」(低価格)



・個別契約 「バックエンド」(サービスの購入)

DRMのポイント

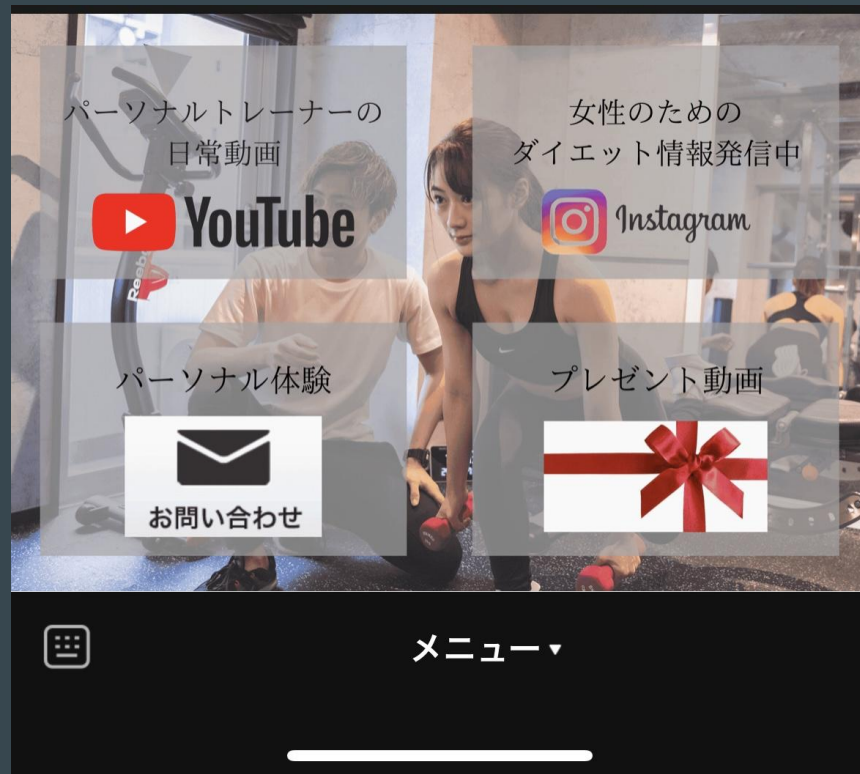
- ・先走らずに、「一つずつ焦らずコツコツ」がポイント
- ・(例)「この投稿の続きは〇〇で！」
 - このやり方は難易度がかなり高い
 - 媒体を移動してくれる見込みは高いが、数が増えない
 - ※(さほど飛ばないのであればその媒体に載せる必要はない)
- ・まずは自分がメインとする媒体でファンを作る

LINE@の 使い方

- メンバーの活用
- キャンペーンの打ち方
- 顧客管理

メニューバーの活用

- ・体験予約のお問い合わせ
- ・プレゼント動画の配布
- ・各種SNSのリンク
- ・登録することでメリットとなるものを必ず入れること



LINE@でのキャンペーンの打ち方

- ・メッセージと一緒に画像を添付する
- ・最初のメッセージで金額は提示しない
- ・問い合わせが来たら金額などの詳細を提示する
- ・「限定」「先着」などの言葉を使用する
- ・LINE@へのファン獲得ができてればキャンペーンで問い合わせが来やすくなるため、SNSなどでリードをしっかりと増やすこと

オススメのモニター募集のやり方

①モニター募集開始日を先に決める

- ・遅くても1ヶ月前、理想は2ヶ月前

②準備内容

- ・お客様の不安要素を消していく投稿をSNSなどで発信

例)

- ・パーソナルトレーニングでどんなことをするのか？
- ・実際にどんな成果が出るのか？
- ・どうやってジムに行くのか？
- ・トレーナーはどんな人柄なのか？ etc... ※これらを徹底的に無くし解消する

- ・お客様の具体的な不安要素は？
=いろいろなパーソナルジムのQ&Aを見て参考にする
- ・料金についてはSNSでは載せないこと
- ・自分のトレーナーとしての強みを発信していく

(例) 3日に1回は「女性のボディメイクについての投稿」

お客様の
不安要素

自分の
強み

この2つを準備期間中にとにかく発信し続けること

③募集日当日の少し前にやること

- 1週間前にLINE@やSNSで

「あと〇日前です」「先着〇名です」「〇時間前です」など
カウントダウンすること

- 「満員で募集終了しました！」というのは後々とても良い
ブランディングになる

※準備期間中にセミナーやイベント、無料アドバイスなどをすると、多くのリス
トが集まりやすい

モニター募集のまとめ

1. 期間を決める
2. 仕込み期間を2ヶ月くらい設ける
3. お客様の「不」を解消する投稿を定期的に発信
4. 差別化は3ヶ月の内に発表する
5. 1週間前からカウントダウンをする
6. 「満員になりました」のアピールをする
7. 準備期間でなんでも良いので、セミナーやイベントなどを行う

顧客管理

- ・自分のプライベートのLINEを使用したくない場合は
LINE@で顧客管理を行うといい
- ・「食事管理」「予約管理」「相談・質問」など行うことができる
- ・顧客用とリスト用でアカウント分けると使いやすい
(リスト用のアカウントでは定期的な情報発信をすること)

安藤の集客導線の流れ

・Instagram、YouTube 「リード」(見込み客)



・LINE@、無料Facebookグループ 「リスト集め」



・パーソナル体験「フロントエンド」(お金:有 or無)



・なし「ミドルエンド」(低価格)



・個別契約 「バックエンド」(サービスの購入)

安藤の集客導線の流れ

リード

「Instagram」「YouTube」をターゲットに刺さる内容で定期的に投稿
(多くの方にリーチして、次のステップへ促す)



リスト

「LINE@」「無料Facebookグループ」で登録した方が知りたい情報を細かく紹介(3ヶ月に1回キャンペーンを告知)



体験

体験に来させて、その1回で何かしらの変化を出して、感動させる。
(しっかりとファン化出来てれば、高単価で成約しやすくなる)



買い

最後に自分の一番売りたい商品売る

③ 質疑応答

ここまでお疲れ様でした！ 質問がある方はなんでもお聞きください。

