



Notebook



コンセプト
設計
チェックシート

なぜインスタグラムを運用するのか？（目的）

ここに書いてみよう！

明確な目的設定が、運用の方向性を定め、迷いを減らします。

例えば、ダイエット食品のPRをしたい場合、ただ商品の写真と説明を載せるだけでは、多くの人目に止まることは難しいでしょう。そこで、ターゲットを「ダイエットに関心のある20代女性」に絞り込み、彼女たちのニーズに合った情報発信をする必要があります。具体的には

- ・ **ダイエットのモチベーションが上がるような投稿**
- ・ **簡単に作れるダイエットレシピの紹介**
- ・ **商品の魅力が伝わるような利用者のビフォーアフター写真**

などを投稿することで、ターゲットユーザーの共感を呼び、商品購入に繋がる可能性を高めることができます。

このように、インスタグラムを運用する目的を明確にし、ターゲットに合わせた戦略を立てることが、成功への鍵となります。

どんな状態を目指したいのか？（目標）

ここに書いてみよう！

最終的なゴールをイメージし、具体的な数値目標を設定します。

Instagram運用において、ただ漠然と「フォロワーを増やしたい」「認知度を上げたい」という目標ではなく、「〇〇と言えばこのアカウント」とユーザーに認識される状態を目指すべきです。これは、特定の分野やテーマで専門性を確立し、他のアカウントでは得られない独自の価値を提供することで実現できます。

例えば、

- ・ファッション：「30代向けオフィスコーデならこのアカウント」
- ・グルメ：「都内の隠れ家カフェならこのアカウント」
- ・旅行：「一人旅の参考にするならこのアカウント」

のように、ユーザーが求める情報とアカウントの専門性を一致させることが重要です。

ターゲット（ペルソナ）の明確化

ここに書いてみよう！

ターゲットを明確化することで、ユーザーが求めている情報とアカウントの専門性を一致させることができます。

詳細な人物像を設定する: 年齢、性別、職業、居住地といった基本的な属性だけでなく、家族構成、趣味、ライフスタイル、価値観、悩み、理想像など、より詳細な人物像を設定することで、投稿内容を具体的にイメージすることができます。例えば、「38歳女性、人材業界勤務、時短正社員、夫と8歳と4歳の子供あり、東京都在住の持ち家、趣味はヨガ、悩みは時短勤務による収入減、理想は自由な働き方で収入アップ」といった具合です。

ユーザーの行動を想像する: ペルソナが日常生活でどのような行動をとり、どのような情報に触れているのかを具体的に想像することで、よりの確な情報発信が可能になります。例えば、通勤時間にインスタグラムをチェックしているのか、休日にカフェで情報収集をしているのか、といった行動を具体的にイメージします。

感情を理解する: ペルソナがどのような感情を抱き、どのような言葉に共感するのかを理解することで、より心に響くコンテンツを作成することができます。女性は感情で動く傾向があるため、共感できる要素を盛り込むことが重要です。例えば、「仕事と育児の両立で忙しい毎日を送る中で、簡単でおしゃれな時短レシピを探している」というペルソナを設定した場合、共感できるような言葉遣いや世界観で情報を発信します。

どんな価値を提供するのか？

ここに書いてみよう！

ユーザーが得られるメリット、アカウントの強み、独自性を明確化します。

「便益性」と「独自性」の両立: ユーザーを引きつけ、フォローを促すには、アカウントが「役に立つ情報を持っていること」と「他のアカウントでは得られない独自性を持っていること」の両方が不可欠です。

3つの価値: ユーザーに「嬉しいこと」を提供する便益性には、主に3つの種類があります。

情報価値: ユーザーが求める情報を提供する価値です。例えば、ダイエットアカウントであれば、効果的なダイエット方法やレシピを提供すること。

教育的価値: ユーザーが理想の自分に近づくための学びを提供する価値です。例えば、語学学習アカウントであれば、効果的な学習方法や単語、フレーズなどを提供することが考えられます。

エンターテインメント価値: ユーザーを楽しませる価値です。面白い動画や美しい写真、感動的なストーリーなど、ユーザーの感情を動かすコンテンツが考えられます。

コンテンツと発信スタイル

どんな情報を発信するのか？（コンテンツ内容）

写真、動画、テキストなど、どのような形式で情報を発信するのか、具体的な内容を検討します。

ここに書いてみよう！

どんな雰囲気で行信するのか？

アカウントの世界観を統一するために、デザイン、言葉遣い、投稿頻度などを決めます。

ここに書いてみよう！

最後に..

コンセプト設計は一度決めたら終わりではなく、運用しながら柔軟に変更していくことが重要です。

ユーザーの反応を常に分析し、ニーズの変化に合わせた改善を心がけましょう。

ユーザーの反応を分析する方法（一例）

Instagramインサイトを活用する：投稿のリーチ数やエンゲージメント率、フォロワーの属性などを分析し、改善に役立てます。

エンゲージメント率を計測する：「いいね」の数、コメント数、シェア数、LINEの友達登録者数などを確認します。

アンケート機能を活用する：ストーリーズのアンケート機能を使ってユーザーの意見を直接聞くことも有効です。
ニーズの変化に合わせた改善が可能

投稿内容の変更：特定のテーマの投稿が人気であれば、そのテーマを増やす。

投稿時間帯の調整：特定の時間帯の投稿の反応が良い場合は、その時間帯に集中的に投稿する。

ハッシュタグの見直し：関連性の高いハッシュタグを適切に利用する。
※フォロワーが1000人以下の場合

プロフィールの変更：ユーザーが求める情報が変化した場合には、プロフィールの内容を修正する。