



人気サロン養成スクール
第3期
マスターコース&ベーシックコース



A Five-star Salon Academy



DAY 5

ライティングの基礎（文章術） & 短期マーケティング

読み手を濃いファンに変える！ライティングの基礎
発信メディアの使い分け（前編）

- 
- 
-
- 1 : 文章コミュニケーションの真髄
 - 2 : 5つのお悩みタイプ別文章上達法
 - 3 : 読み手の7つのNOT心理
 - 4 : 集客メディアの使い分け
 - 5 : インスタグラム初心者向け (実践編)

1：文章コミュニケーションの真髄

【ワーク】

Q：出川哲朗のこの言葉を
上手に3回黙読してください。

ヤバイよーヤバイってマジでー！

もーーーータモさーん

勘弁してくださいってー

ほんとに～！！

1：文章コミュニケーションの真髄

1) 読み手の脳内で、音声や絵によってイメージされる

ニューヨーク大学のRuvanee Vilhaue氏が
Yahoo Answersに寄せられた136の回答を分析した結果

- ・ 読書中に内なる声が聞こえる 82.5%
(13%は、興味の度合いで聞こえる時と聞こえない時がある)
- ・ 内なる声は聞こえない 10.6%

人間は、文章を読みながら脳内で、音を再生している！

2) 使う言葉で、引き寄せられる人が変わる

優しい言葉を使う人には、優しい人が集まってくる
前向きになりたいときは、前向きな人と一緒にいたい
キツイ言葉を使う人からは、優しい人が離れていく
愚痴ばかり言っていると、愚痴っぽい人が集まってくる

**どんなお客さまに、囲まれたいか？イメージしたら
それに合う言葉だけを使うといい**

文章 × 会話 = コミュニケーション

**思いや情熱がいくらあっても、技術や知識を磨いても
適切に伝わらなければ、意味がない！**

【ワーク】

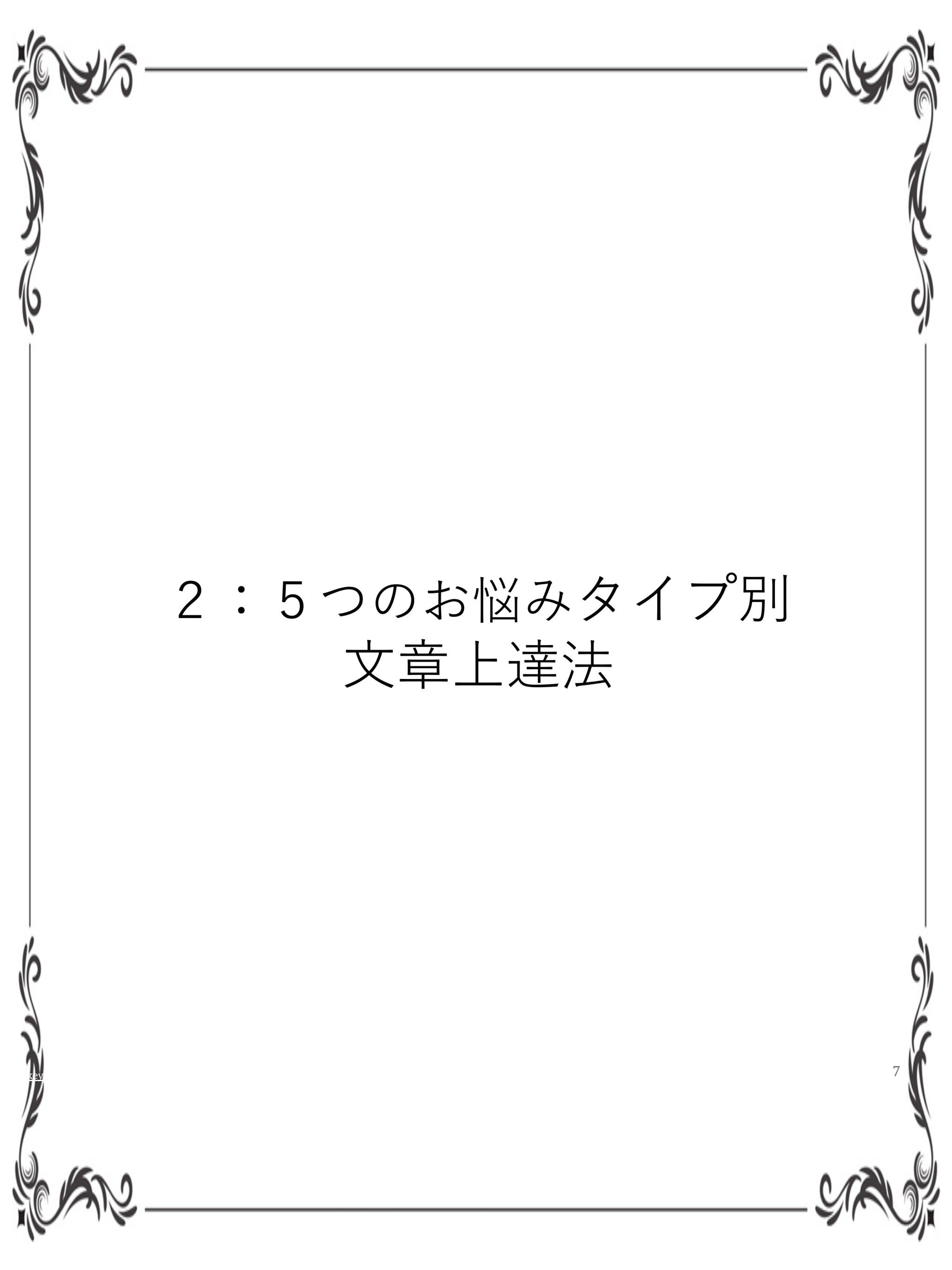
1：連想ゲーム 5分

「冬といえば？」

(種類でも効果でも類似語でも何でも可)

2：連想ゲーム 2分

夢という言葉を使わず夢を語れ！



2 : 5 つのお悩みタイプ別
文章上達法

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

1) 周りの評価が気になる＝セルフイメージが低い

マインドチェンジ＝どう思われたいか？にする
小学生がそう言っていたら何とアドバイスする？
評価されている、素敵な人の文章を写経する

大人には、そもそも正解がないことを理解する。

2) ネタが思いつかない＝アイデア不足

同業者の投稿をモデリングする
あるあるネタを極める
お客様の声、感想を見してみる
反応が良かったネタを使い回す

3) 思いを言葉にできない＝言語化能力不足

声に出して喋ってみる、音読してみる
誰かと対話する
下手な言葉を最初に出す

4) グダグダでまとまらない＝論理思考が苦手

誰に？何を？を決める！（皆さーん！はダメ）
とりあえず全部書く
「一番言いたいことは？」と自問する
「例えば？」と自問する
鉄板パターンを作る

(前振り→結論→解説→事例・感想・成果報告→解説→結論)

2 : 5 つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない = 文章力 & 表現力不足

文章は、4 つの基本構成でできている！

**この4つを改善すれば、伝わる文章になる！
文章を「1つの塊」で「絵」のように見ると良い。**

・読みやすさ

シンプル、50文字以内、5W1H、のどが癖、英数全角

・バランス

音、リズム、読点、記号、ひらがなとカタカナと漢字の
バランス、表記の揺れ、算用数字

・伝わりやすさ

結論、事例、読み手の心の言葉、数字、誰に？何を？
主語は読み手になっている？

・豊かさ

形容詞、副詞、比喩、倒置、情景描写、心象描写

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

■ 文章上達までの流れ

最低限の質を磨く（質）

正確さ（誤字脱字、意味合い）

読みやすさ（シンプル、短文、5W1H、英数全角）

バランス（リズム、読点、ひらがなとカタカナと漢字）



慣れたら、たくさん書いてみる（量） **重要**

伝わりやすさ（結論、事例、読み手の心の言葉、数字、読み手主語）



より高度な質を磨いていく（質）

豊かさ（形容詞、副詞、比喩、倒置、情景描写、心象描写）

Q：質と量、どちらが大切か??

**質から量は、生まれないが
量から質は、生まれる。
だから、2が超大事！**

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない＝文章力＆表現力不足

① シンプルにする **読みやすさ**

後回しにするよりも、なるべく迅速に取り掛かった方が
良いのではないかと思います。

↓
なるべく迅速に取り掛かる方が良いです。

このデザインの参考書を読めば、デザインの基本を簡単に
理解できます。

↓
この参考書を読めば、デザインの基本を簡単に理解できます。

② 短文構成（1文を50文字以内に） **読みやすさ**

その時、雨が降って来たので、慌ててコンビニに入って
傘を買おうとしたわけですが、ちょうどそのタイミングで
母と偶然出会えたので、濡れずに帰ることができました！

↓
その時、雨が降って来たため、慌ててコンビニに入りました。
傘を買おうとしたわけですが、ちょうどそのタイミングで
母と偶然出会えたのです。幸いにも、濡れずに帰ることが
できました！

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない

③ 接続詞を最小限に **読みやすさ**

ニューヨークが好きだ。なぜならスポーツ観戦を思う存分楽しむことができるからだ。また、ミュージカルを観るのも楽しい。しかも、美味しいレストランもたくさんある。

↓
ニューヨークが好きだ。スポーツ観戦やミュージカル鑑賞を思う存分楽しむことができるからだ。しかも、美味しいレストランがたくさんある。

④ セリフを独立（文中でカッコを使わない） **読みやすさ**

「●●だ。」と言っていました。

↓
「●●だ。」
彼はそう言っていました。

⑤ 箇条書きを活用する（並び順もキレイに） **読みやすさ**

勉強をするときに重要なのは、最適なテキストを選び集中できる環境を整え、やる気を維持できる仕組み作りです

↓
勉強をするときに重要なポイントは、次の3つです。

- ・最適なテキスト選び
- ・集中できる学習環境の整備
- ・やる気を維持する仕組みづくり

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない

⑥ 英数字を全角で統一する **読みやすさ**

30日に5回目の施術で、お越しになったAさまとBさまよりこんな嬉しいメールをいただきました！

↓

3 0日に5回目の施術、お越しになったAさまとBさまよりこんな嬉しいメールをいただきました！

ただし、メールアドレスは半角にする

⑦ 「、」を息継ぎできる箇所につける **バランス**

文章を黙読している間は頭の中で無意識に音読しています。つまり句読点が少ない文章は息継ぎをせずに読んでいるようなものと言えます。特に点が少ない文章は読みにくく最後まで読まれません。

↓

文章を黙読している間は、頭の中で無意識に、音読しています。つまり、句読点が少ない文章は、息継ぎをせずに、読んでいるようなものと言えます。特に、点が少ない文章は、読みにくく、最後まで読まれません。

概ね「、」なしで20文字続かないようにすると良い。

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない

⑧ 漢字、ひらがな、カタカナ、記号のバランス **バランス**

セミナーにお越し**頂き**ありがとうございます**御座**います。**綺麗**な文章より、伝わる文章の方が、読み手の心に届きます。学んだ事を実践すれば、**貴方**にも**簡単**に**出来**ます！お教えした**事**は、一生役立つ**物**ばかり。今後も、文章のコツをお伝え**致**しますね。

↓

セミナーにお越し**いただき**ありがとうございます**ござ**います。キレイな文章より、伝わる文章の方が、読み手の心に届きます。学んだことを実践すれば、あなたにもカンタンにできます！お教えしたことは、一生役立つものばかり。今後も、文章のコツをお伝え**いた**しますね。

⑨ あいまいに書かない **伝わりやすさ**

こうすれば、お身体が楽になると思います。

↓

こうすれば、お身体が楽になりますよ。

⑩ 「!」「ね」「よ」を使いすぎない **伝わりやすさ**

多いと子どもっぽくなる

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない

⑪ 結論を最初に持ってくる **伝わりやすさ**

今までも途中で、痩せない期間があったはず。それでも、諦めなかったから、7キロも落ちましたよね。だから、●●さんなら、必ず痩せられますよ。断言します。

↓

●●さんなら、必ず痩せられますよ。断言します。なぜなら、今までも途中で、痩せない期間があったはず。それでも、諦めなかったから、7キロも落ちましたよね。

⑫ 具体例や事例を添える **伝わりやすさ**

今の時期は、体を温めることを、意識してみてください

↓

今の時期は、体を温めることを、意識してみてください。例えば、湯船に浸かったり、白湯を飲むと良いですね。

⑬ ポジティブとネガティブ表現の切り替え **伝わりやすさ**

2月20日で6ヶ月の期限が来てしまいます。

↓

2月20日で6ヶ月の期限がまいります。

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない

⑭ 定型文を使わない **伝わりやすさ**

●さまが8月20日にお求めになったプリペイドカードですが2月20日で6ヶ月の期限が来てしまいます。あと4回分が残っていますので、お忙しいとは思いますが都合の良い日に施術を受けにいらして下さい。

↓

●さまが8月20日にお求めになったプリペイドカードですが2月20日で6ヶ月の期限となります。年末年始のお疲れは溜まっていませんか？あと4回分が残っていますので、ぜひメンテナンスに施術を受けにいらして下さいね。少しでも元気な状態で、良い1月を過ごせますように。

⑮ 数字で具体的にする **伝わりやすさ**

以前に販売したコスメを、再販売することにしました！

↓

以前に販売した際、10人以上のお客さまに喜ばれたあのコスメを、再販売することにしました！

⑯ 読み手主語に変える **伝わりやすさ**

簡単にアクセサリーを作れる方法を、お教えします。

↓

簡単にアクセサリーを作れます。

**「こうする」ではなく「こうなる」に変えて
「私は」を「あなたは」「誰々は」に変える**

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない

⑰ 例えを入れる **伝わりやすさ**

緊張した体の一部を揉んでも、結局リラックスできません。ぶらんぶらんと抜いた方が、良いのです。揉むより筋肉を緩めてあげることが大事です。

↓
緊張した体の一部を揉んでも、結局リラックスできません。ぶらんぶらんと抜いた方が良いのです。**例えばアスリートがパフォーマンスをあげる時も、全身がリラックスした状態ですよね。揉むより筋肉を緩めてあげる方が大事なものはこのためなのです。**

⑱ 刺さるセリフを入れる **豊かさ**

例) 男性は、自分がいなければダメだな、と思いたくなる女性を大切にします。

↓
「お前は、やっぱり俺がいないと駄目だなあ。」
男性は、こう言いたくなる女性を大切にします。

⑲ プロっぽい言葉を入れる **豊かさ**

第三者から聞いた方が、信憑性が高まる

↓
ウィンザー効果で、第三者から聞いた方が信憑性が高まる

ただし使いすぎると逆効果なので、最小限にする！

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない

⑳ 体言止めを使って、リズムを作る **豊かさ**

私が一番感動した思い出は、富士山頂から見たご来光と雲海です。苦労を全て、忘れてしまうほどの光景でした。

↓

私が一番感動した思い出。それは富士山頂から見たご来光と雲海です。苦労を全て、忘れてしまうほどの光景でした。

㉑ 読み手の心の言葉を使う **豊かさ**

カウンセリングを受けて、悩みグセが減ってきましたがまた自己否定しそうになって、落ち込んでいませんか？大丈夫ですよ。そうして、できたりできなかつたりを繰り返していくうちに、克服していくのですから

↓

「せっかくカウンセリングを受けて、ようやく悩みグセが減ってきたのにまた自己否定しちゃって、私ダメだなあ。」

そんな風に、落ち込んでいませんか？大丈夫ですよ。そうして、できたりできなかつたりを繰り返していくうちに克服していくのですから

日頃からお客様が口にする言葉に、注目しておこう！

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない

② 同じ文末を続けない **豊かさ**

ハーブの香りで癒され、心身ともにリラックスできます。
健康的な、ナチュラルな素肌美人になりたいあなたに、
おススメなコース**です**。

例えば、こちらのお客さまは、お肌が健康になり、水分を
蓄えられるお肌になられて**います**。

パッと明るいお肌になり、内側からハリが出る**のです**。
若い時にできたニキビ跡が、目立ちづらくなり**ます**。

↓

ハーブの香りで癒され、心身ともにリラックスできます。
健康的な、ナチュラルな素肌美人になりたいあなたに、
おススメなコース**ですよ**。

例えば、こちらのお客さまは、お肌が健康になり、水分を
蓄えられるお肌になられ**ました!**

パッと明るいお肌になり、内側からハリが出る**のです**。
若い時にできたニキビ跡が、目立ちづらくなっています**ね♪** 19

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

5) 魅力的に書けない

②③ 形容詞や副詞、比喩を加える **豊かさ**

このフェイシャルは、透明感あるお肌に生まれ変わります。艶のある美肌が手に入ります。指先で触れるだけで嬉しくなりますよ♪

↓

このフェイシャルは、透き通るほどの透明感あるお肌に、生まれ変わります。赤ちゃんのように、ぷるんと艶のある美肌が手に入ります。そっと指先で触れるだけで嬉しくて笑みがこぼれるお客様が、続出していますよ♪

②④ 理屈と感情を両方入れる **豊かさ**

●●さまが久しぶりにきてくださって、嬉しかったです。お元気そうなお顔を拝見できて、ほっとしました[^][^]

↓

●●さまが久しぶりにきてくださり、嬉しくて胸にこみあげるものがありました。ウルウルしました。お元気そうなお顔を拝見できて、ほっとしました[^][^] ああ、もう、本当に良かった！！と思ったら、力が抜けてお帰りになってから、ベッドにボタンキューしました（笑）

3割増で大げさに表現しよう！と思うくらいでちょうど良い

2：5つのお悩みタイプ別文章上達法

◆ その他の表現力アップのティップス集

- ・ お客様の声や感想にある言葉を使う
- ・ 同業他社の売れている商品の販売ページを見る
- ・ **書店の陳列された本を、定期的に見る（特にタイトル）**
- ・ **アマゾンで検索して、タイトルを見る**
- ・ **自分がお客さまになる&日常生活で見かけるコピーを研究**
- ・ 第三者に読んでもらう
- ・ ビビッときた言葉や、文章を分析
- ・ マジックワードを活用する

永遠の、秘密の、カンタン、一生物の、運命の、奇跡の、超最新、～なしで、全くのゼロから、初心者のための、一流の楽チン、究極の、ご褒美、ダントツの、人気ナンバーワン魔法、方法、秘訣、黄金律、基本、法則、ルール、方程式ステップ、チカラ、～術、メソッド、～限定、～専門

- ・ お笑い芸人の漫才、コントを見る
- ・ 子供の言葉に着目する

連想類語辞典

<https://renso-ruigo.com/>

Weblio類語辞典

<https://thesaurus.weblio.jp/>

キャッチコピー集めました

<https://catchcopy.make1.jp/>

結局、文章は

言葉あそびを

楽しんだもん勝ち♪

(量をこなすには、
楽しい方がよい)

3 : 読み手の7のNOT心理

3：読み手の7つのNOT心理

読み手には、7のNOT心理が存在する。この7つを超えない限り、予約や申し込みには絶対にいたらない！

① 見ない、開かない (Not Open)

タイトルやキャッチコピーで決まる！
3秒以上かかるページからは53%が離脱する。

② 読まない (Not Read)

メリット＋具体的なベネフィット
結論を早めに見せる！（起承転結で書かない）

③ 信じない (Not Believe)

感想と写真で9割決まる！
なぜそうなるのか？理由を添える（メソッド、理論）
なぜ私はできるのか？理由を添える（バックグラウンドストーリー）

④ 考えない (Not Think)

短文構成50文字以内ルールで、伝わりやすく
疑問形で問いかける
事例でイメージさせる

3：読み手の7つのNOT心理

⑤ 理解しない (Not Understand)

中学生でもわかる言葉
抽象的な言葉ではなく具体的に
例えば？具体的には？他には？
漢字とひらがな、カタカナのバランス

⑥ 記憶に残らない (Not Remember)

大事なことは2回以上
バックグラウンドストーリーを載せる
こだわり（他との違い）を添える
最後にまとめる

⑦ 行動しない (Not Act)

特典&オファー、割引、限定性（人数、期間）
申し込みリンクは1つにして、アクセスしやすく
ダメ押しの追伸（Q&A、背中を押すひとこと）
申し込みフォームの項目は最少限

**ネット集客では、この7つのNOTを払拭するように
ライティングをして行こう！**

（告知記事、ランディングページにも反映させる）

【宿題】

自分のメニュー記事は
7つNOTを越えるように
なっているか？チェック！

(マスターコースは
コンサルルームで添削)

4：集客メディアの使い分け

マーケティングファネル

認知 100人

チラシ

クチコミ

広告



Ameba



YouTube



無料商品 = 見込み客
(公式LINE、メルマガ)



90人

低価格商品 = 新規客
(単発サービス)

10人

高額商品 = 優良顧客
継続商品 = リピート客
追加購入 = 別目的、別商品

5人

ロイヤル
カスタマー
ファン

2人



HOT PEPPER
Beauty



チラシ

広告

共感
世界観
哲学、人柄

親しみ (マナー)
笑顔、所作等

喜び (気配り)
承認、配慮等

信頼 (会話)
傾聴、丁寧な説明
知識、誠実さ等

印象 (顧客心理)
顧客理解
ギャップ、驚き等

想起 (顧客心理)
顧客理解
フォロー等

共感
世界観
哲学、人柄

4：集客メディアの使い分け

◆ 情報発信メディアの特徴

* Twitterは匿名性が高すぎるため除外しました。

プッシュ型

直接、届ける！ポスティング的

訴求力 ◎
検索対策 ×
拡散性 ×

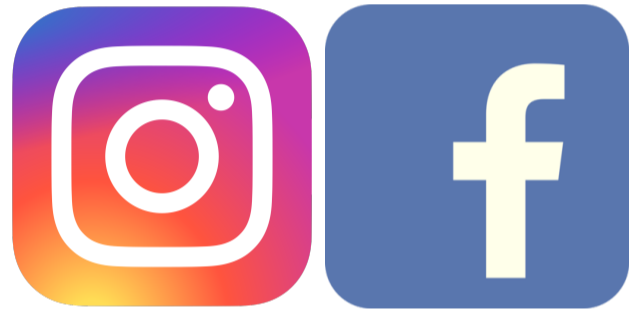


* 財産性はメルマガが上
* 簡単なのはラインが上

プル型（フロー型）

見に来てもらう！入口的

訴求力 △
検索対策 △
拡散性 ◎



* デザイン性はインスタが上
* 拡散力はフェイスブックが上

プル型（ストック型）

見に来てもらう！店舗的

訴求力 △
検索対策 ◎
拡散性 △



 YouTube

* 検索はYouTube、ウェブが上
* 拡散力はアメブロが上

有料広告

(例：ホットペッパー)

訴求力 ○
検索対策 ◎
拡散性 ×



無料広告

(例：グーグルマイビジネス)

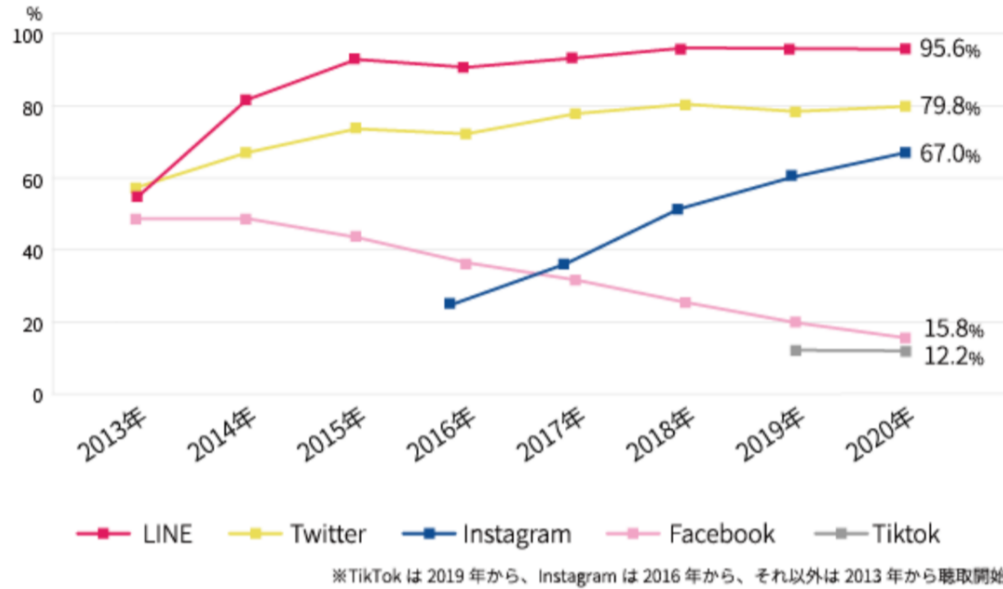
訴求力 ×
検索対策 ◎
拡散性 ×



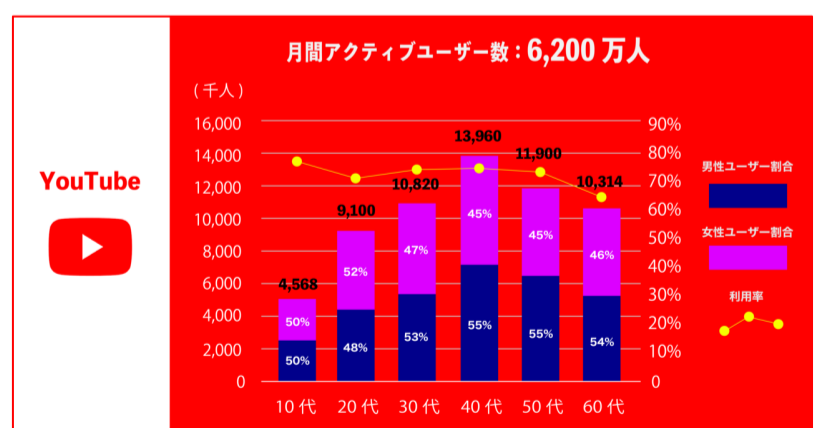
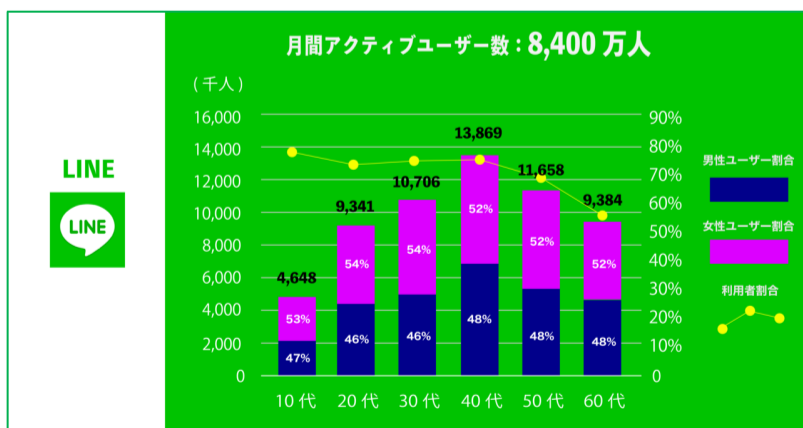
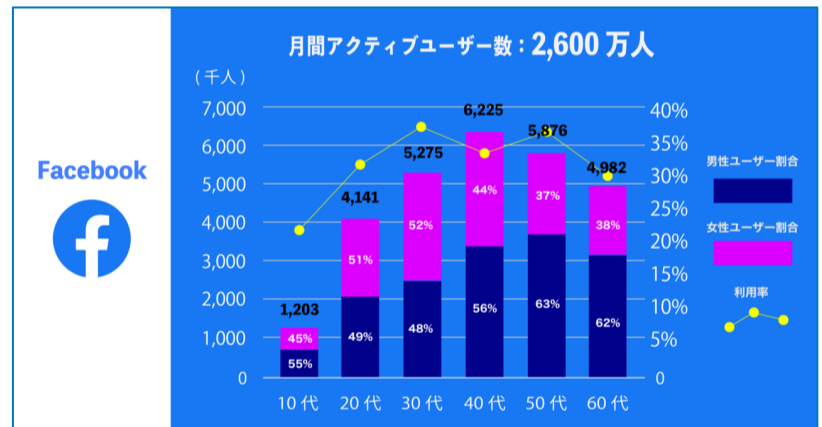
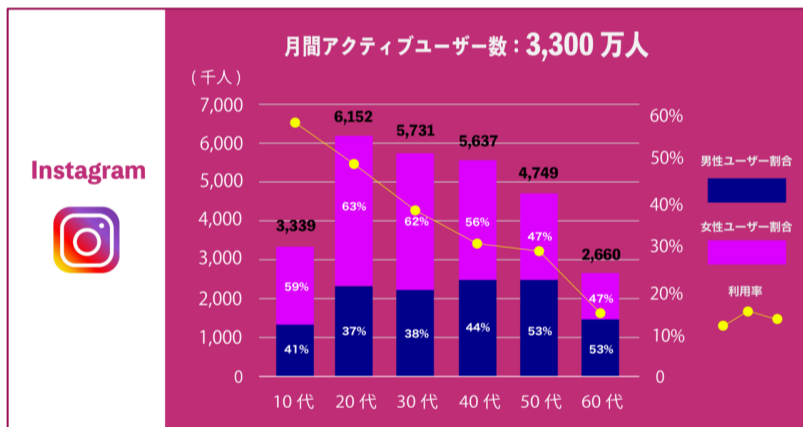
4：集客メディアの使い分け

●SNS 利用率

ベース：全体 (n=500) / 複数回答

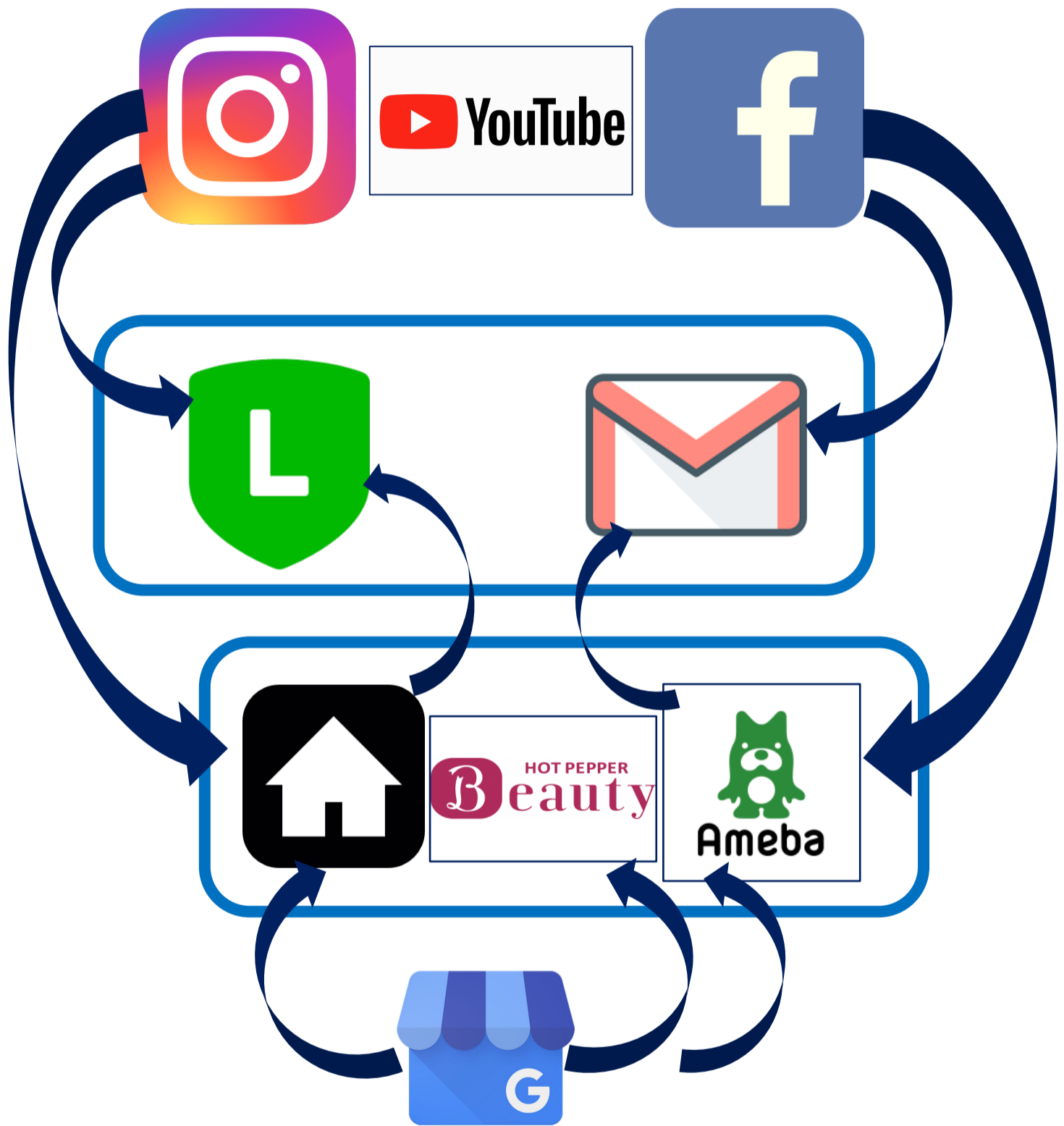


LINEはほとんどの人が利用している
インスタグラムの利用者が激増中



4：集客メディアの使い分け

マーケティングマップを作ってみよう！



フロー型1つ、プッシュ型1つ、ストック型1つを決めたら
思い切って、その他は1年間はやらない！と決める ³¹

(ただしYouTubeは新規集客か？顧客のファン化か？で
使い方が変わるため、別で考えた方がよい)

4：集客メディアの使い分け

1) プル型メディア（ストック）

基本は待ちのメディア。**構築に時間がかかる。**
情報が蓄積されるため、**長期的な財産になる。**



ホームページ

ネット上のお店という位置付け。店舗型ビジネスの場合はあった方が有利。

メリット：安心感や信頼感につながる。半永久的。

デメリット：有料。素人には困難。

（無料、格安、自作はむしろ逆効果）

*最近では、ブログ型ホームページ作成ソフトのような「ワードプレス」が主流になっている。



ブログ

ホームページ代わりのメディアとして使える。アメブロはフォローやいいね機能があり、SNSとしての効果もある。

メリット：ほぼ無料。初心者も使いやすい。

デメリット：借り物なので不安がつきまとう。

*アメーバブログが初心者には最も使いやすい。

4：集客メディアの使い分け

2) プル型メディア（フロー）

基本は待ちのメディア。情報が蓄積されず流れるため
長期財産にはならない。拡散力があるため、初心者向き。



Instagram

画像をメインとしたSNS。ハッシュタグ機能により
商品、サービス、店舗を探す人が増えてきている。
ネイルサロン、ダイエットサロン、美容室など
写真で魅せられるビジネスは、相性が良い。
相談業では、ノウハウを文字投稿すると使える。
20～40代が中心

メリット：文章が短くて良い。インパクトが伝わる。
デメリット：検索に弱く、シェア拡散もしない。



Facebook

繋がりを持つことを目的とした、コミュニティ性が
強いSNS。画像と文章、または文章のみで投稿が
できる。コンサルタントや士業、カウンセラーなど
相談業、無形サービスで相性が良い。
40、50代が中心

メリット：シェアによる拡散性が強い。
デメリット：検索に弱く、個人情報漏洩リスクあり。
※Facebookページは、広告を使うのに適する。

4：集客メディアの使い分け

3) プッシュ型メディア

基本は攻めのメディア。情報が蓄積されず流れるため**固定資産にはならない。訴求力（集客力）が非常に強い。**



メールマガジン

専用の配信スタンドを使って、一斉配信メールを送れるものがメルマガと言われる。情報を配信するのに適する。コンサルタントやカウンセラー、教室のほか、サロンの中でも、ダイエットサロン、妊活サロンなどのような**知識を価値として提供できるサービスに適している。**

メリット：メールアドレスは見込客名簿になり財産となる。
直接訴求できるため、集客力が一気にアップ。

デメリット：有料。文章が苦手な人は苦戦する。
(無料スタンドもあるが、メリットが限定的)



LINE公式アカウント（通称：公式LINE）

LINEのビジネス版のようなサービス。画像と短文の文章で一斉メッセージ配信できたり、登録者と個別にやりとりもできる。サロン系には非常に相性が良く、**リピーターフォロー、新規集客、どちらにも使える。**

メリット：簡易型の見込客名簿になる。短文でも良い。
直接訴求できるため、集客力が一気にアップ。

デメリット：有料。長い文章で訴えかけられない。
(無料プランもあるが、登録者数が増えると使えない)

4：集客メディアの使い分け

4) 有料広告

有料広告はお金がかかる！というマイナスイメージがあるが
お金を投資して増やす！という概念で考える。

例) 毎月5万円の広告費をかける

単価1万円で新規が毎月4人来て、半分がリピーターになってくれる
場合。ゼロからスタートして、半年後は？

4人→6人→8人→10人→12人→14人
売上54万円－広告費30万円＝24万円のプラス



ホットペッパービューティー

リクルート社が運営する、サロン系の広告媒体。広告費は安くないが、**他の媒体に比べて、集客力は格段に強い。**
サロンの基本情報に加えて、クーポン、フォトギャラリー、スタッフブログ、地図、口コミ、一斉配信メッセージ、予約管理、売上管理など、多様な機能がある。

メリット：新規集客に強い、サロン経営に必要な最低限の機能が一通り揃う、ホームページ代わりになる検索に非常に強い。

デメリット：月額4～10万円はかかることが多く高額。
NGワードがある。激安ジプシーが存在する。

4：集客メディアの使い分け

4) 有料広告

- ・ホットペッパービューティー活用法

コンセプトを明確にする＝ライバルが多い中での差別化
フォトギャラリーを魅力的に＝キレイな写真、来店からの
イメージが伝わる構成にする
ブログを更新する＝ターゲット層が見る可能性がある時間に
更新すると見られる確率が上がる
クチコミを増やす＝最も見られて集客を左右する
クーポンは安い順＋魅力的に＝3秒で予約を判断される
一斉メッセージを配信＝プッシュ型メディア代わりにする。

- ・その他クーポンサイト

エキテン、楽天ビューティ、EPARK、コスメサロン、ミニモ
ヘルモア、Ozmall、レッツビューティー-Kirei Styleなど。

- ・リスティング広告

広告サービスにお金を払って、GoogleやYahooなどの検索
結果に表示できる広告のこと。クリック数に応じて課金
される、PPC広告（クリック課金型広告）」の一種。

Google広告（旧：アドワーズ）
Yahoo!プロモーション広告

4：集客メディアの使い分け

5) 無料広告

- ・ S E O（検索エンジン最適化）対策

厳密には広告ではないが、ネットで検索をしたときに、自サイトが上位に表示されるようにする対策のこと。

昔は、「地名＋業種」「キーワード」が入って入れば、上位に上がりやすい場合もあったが、人工知能の発達や時代背景によって、対策の難易度が上がってきている。

信頼できるプロに依頼する、得意な人が担当して行うほかは、サイト運営者自身が、最低限のキーワードを意識して、記事を書いていくと良い。

メリット：上位表示されると安定的に集客できる

デメリット：難易度が高い、時間がかかる



グーグルマイビジネス **重要**

グーグルで検索した時に、検索結果とは別にお店情報が出るもの。**検索結果に出てくるのに無料なため、店舗ビジネスでは絶対に、やっておいた方が良い。**

コツは、良いクチコミを数件入れて、写真を整える！

<https://swingroot.com/howto-register-google-mybusiness/>

メリット：無料のわりに集客効果がある


デメリット：手続きに時間がかかる

【宿題】

- 1：あなたの今のマーケティングマップを描いてみよう！
- 2：あなたの理想のマーケティングマップを描いてみよう！

**両方を書いたら、写真に撮って
スクール生専用グループページの
セミナーの感想スレッドに
投稿しよう！**

(手書きで可)



7：インスタグラム 初心者向け（実践編）

インスタの秘訣は 世界観の統一

7：インスタ初心者向け（実践編）

◆インスタグラム超初心者講座のおさらい

アカウントを作ったら、ビジネスアカウントに切り替えよう！
ビジネス用は、フォロワーの反応の詳細なデータがわかる。
＝戦略がたてやすく、ビジネスに活用できる。



1) インサイトとは？

フォロワーの反応の詳細データが見られるページ
(7日間ごとに更新)
フォロワーが求めていることがわかり、好まれる
発信が出来るようになる！

- インサイトで見られるデータの例
- ・いいね
 - ・コメント
 - ・メール
 - ・保存
 - ・ウェブサイトクリック
 - ・プロフィールへのアクセス
 - ・フォロワー増減の推移
 - ・フォロワーの属性（性別、年齢、地域、時間）



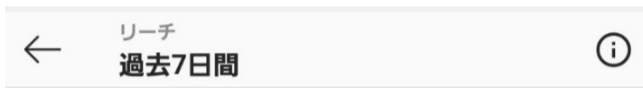
2) インサイトの見方

インタラクション＝ユーザーの反応
投稿に対しての、反応を数値化したもの
数値が高い＝フォロワーに好まれる投稿

7：インスタ初心者向け（実践編）

2）インサイトの見方

①インサイト（リーチしたアカウント）



リーチしたアカウント

アカウント1,013件
11月5日 - 11月11日と比較して+90.7%



11月12日 - 11月18日にリーチしたアカウント

→この1週間の曜日ごとのリーチ数（投稿を見た人数）

→1週間との比較

インプレッション 3,896
11月5日 - 11月11日と比較して+54.7%

→インプレッション：投稿が見られた回数

アカウントアクティビティ 262

プロフィールへのアクセス 237
11月5日 - 11月11日と比較して+19.6%

→プロフィールにアクセスされた数

ウェブサイトのタップ数 25
11月5日 - 11月11日と比較して+733.3%

→プロフィールのリンクをタップされた数

[メールを送信]ボタンのタップ数 0
11月5日 - 11月11日と比較して0%

→メールボタンをタップされた数

トップ投稿 [すべて見る](#)
リーチ順

→投稿ごとのリーチ数（多い順）

 649人にリーチしました
11月14日

 611人にリーチしました
11月16日

トップストーリーズ [すべて見る](#)
リーチ順

→ストーリーズのリーチ数（多い順）

 121人にリーチしました
11月13日

7：インスタ初心者向け（実践編）

2）インサイトの見方

② インサイト（コンテンツでのインタラクション）



コンテンツでのインタラクション

インタラクション225件
11月5日 - 11月11日と比較して+5,525%

投稿でのインタラクション 219

11月5日 - 11月11日と比較して-

- いいね! 210 →いいねの数
- 保存数 8 →投稿を保存された数（リボンマーク）
- シェア数 1 →シェアされた数（紙飛行機のマーク）

ストーリーでのインタラクション 6

11月5日 - 11月11日と比較して+50%

- 返信 6 →ストーリーへのリアクション

IGTV動画でのインタラクション 0

11月5日 - 11月11日と比較して0%

トップ投稿 [すべて見る](#)

インタラクションが多い順

「いいね！」119件
11月14日

「いいね！」91件
11月16日

トップストーリー [すべて見る](#)

インタラクションが多い順

ビッグニュース
返信1件
11月18日

7：インスタ初心者向け（実践編）

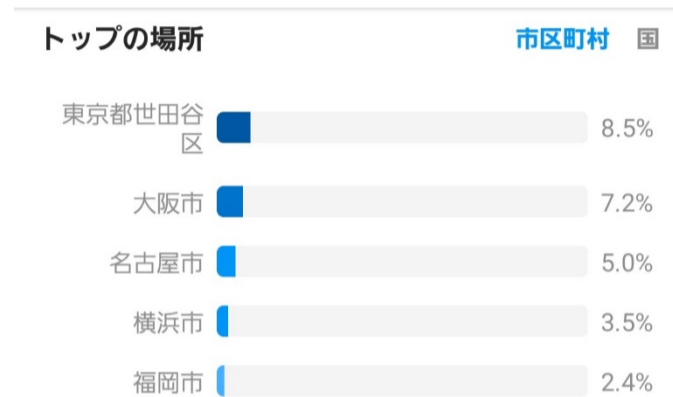
2）インサイトの見方

③インサイト（フォロワーの内訳） ※フォロワー100人から表示される

[フォロワーの増減の推移]



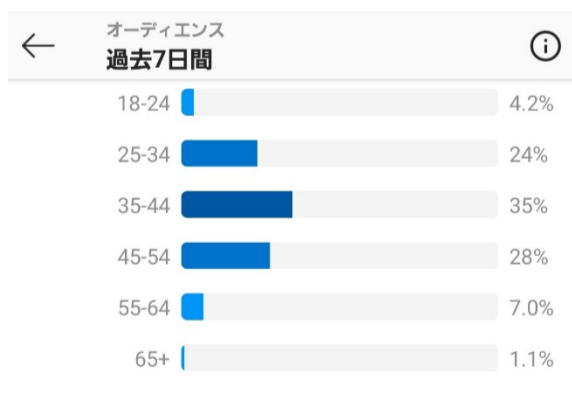
[地域]



店舗型の場合は商圏内の方がフォローしているかを見よう。非店舗型の場合は、あまり気にしない。
※日本以外が多めの場合は、アカウントの質を上げよう。

変化があったときの投稿を分析してみよう。
フォロワーが減っても、落ち込まなくていい！

[年代別、男女比]



性別



77%
女性

23%
男性

ターゲット層になる年代や性別が多いか？

[活動時間]

最もアクティブな時間



フォロワーが、何曜日の何時ごろにログインしているのか。投稿する時間の参考に！

7：インスタ初心者向け（実践編）

2）インサイトの見方

④インサイト（投稿のインタラクション）

①

②

③



①投稿の種類

- ・すべて
- ・写真（1枚のみ）
- ・動画
- ・カルーセル投稿（複数枚）

②各項目別のインタラクション

- ・いいねの数
- ・リーチ数
- ・フォロー数 など

③期間

過去7日間～2年以内

フォロワーが好む投稿の傾向を知ろう！

7：インスタ初心者向け（実践編）

*この内容は、セミナー本編では出てきませんがとても役立つので、補足で追加しました。

◆ 投稿1つ1つのインサイトの見方

①投稿の下にある「インサイトを見る」をタップする

②「投稿インサイト」のあたりを上シュッとスライドさせる

③データが表示される。



プロフィールへのアクセス：プロフィール画面に飛んだ数

フォロー：フォローしてくれた人数

リーチ：投稿を見られた数（人数）※同じ投稿を同じ人が10回見ても「1カウント」

インプレッション：投稿を見られた数（総数）※同じ投稿を同じ人が10回見たら「10カウント」

ハッシュタグ：ハッシュタグ経由で見に来てくれた数

7：インスタ初心者向け（実践編）

3）超重要！プロフィールの作り方

プロフィール＝自己紹介ではない！

私のアカウントをフォローすると、あなたにとって、こんなにメリットがあるよ♪だからフォローしてね♡とわかりやすくアピールするもの。

★「名前」は検索で見つけてもらいたいワードを入れる（30文字以内）

例）吉祥寺フラワー教室（地名＋業種）

14日以内に2回までしか変更できないので注意！

97 投稿 3,255 フォロワー 4,607 フォロー中

サロンで売上3倍、リピート8割になる集客法 | 奥 武志
お客さまと自分と周りの“三方よし”を叶える
【人気サロン養成スクール】主宰
▪ 予約が入りまくる！魅力的なメニューの作り方
▪ 元パークハイアット東京VIP担当
▪ 著者
【自己最高売上とリピート8割を高確率で達成する】
12日間無料メール講座&ラインはこちら▼
sekkyakumental.jp/line-mail-magazine

検索: サロン リピート キャンセル

上位検索結果 アカウント タグ 場所

- takeshi.oku0211
サロンで売上3倍、リピート8割になる集客法 | 奥 武志...
- ishoubiken
福井県リピート率95%超の美容鍼・整体サロン 一生美...
- リピートピアノサロン
- yoko_tomioka
艶肌の魅惑エステ！90%リピート率サロン 富岡陽...
- korisu0424
【リピート率90%のボディケアサロン】

フォローされるプロフィールチェックポイント

- ひと目で、なんのアカウントかわかる？（キャッチコピー）
- プロフィールの写真は“あなた”になってる？
- （店舗の場合）地名、駅名は書いてある？
- 名前は出してる？（ニックネームやビジネスネームも可）
- フォローするメリットはわかりやすい？（徹底した相手目線）
- 自己紹介しすぎていない？（生年月日、家族構成などでOK）
- URLはどこにとぶリンクか書いてある？
- （あれば）出演したメディアは書いてある？（○○テレビ出演など）
- （できれば）更新頻度や時間は書いてある？（毎日20時更新など）

★インスタで集客している方の事例

コンサルメンバーの中岡琴美さん
(バストアップ専門エステサロン)



https://www.instagram.com/lapoche_hiroshima/

スクール3期生の金子ひとみさん
(ポーセラーツ等のハンドメイド教室)



<https://www.instagram.com/lustreflower/>

7：インスタ初心者向け（実践編）

4）投稿の作り方 ポスト編

ただ投稿するだけではフォローされない。
ユーザーがフォロワーになり、ファンになる心の動きを知ろう！

①🔍から「検索」または「発見」で投稿を見つける
どんな内容だろう？気になる！

②投稿を見る
わーすごい！おもしろい！いいな！

③プロフィールをみる
どんな人なんだろう？

④フォロー
役立つな、もっと知りたいな

⑤ファンになる
この人好きだな。共感できるな。

⑥サービスを受ける、商品を買う、会いに行く



・投稿は1枚目に**全集中&写真が命！！**

たくさんの投稿の中から、目に留まるような画像を作ろう。使う写真は魅力が伝わるものを使う！普段つけているタグの人気投稿一覧を見たときに**目立てるかどうかが重要。**

・**カルーセル投稿**

一度の投稿に、最大10枚まで画像をスライド式に載せられる。スライドするだけなので、最後まで見てもらいやすい。画像だけで、すべての情報を伝えられるように。
(キャプション(本文)は、ほぼ読まれないと思おう。)

・**保存される内容にしよう**

保存＝ユーザーにとって価値のある内容。
ノウハウなどのお役立ちを惜しみなく伝えよう！

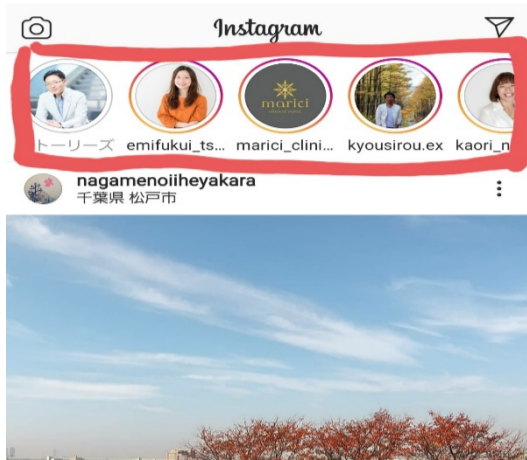
・**最後の1枚はプロフィールへの誘導**

投稿を気に入ってくれたユーザーにフォローしてもらおう。

7：インスタ初心者向け（実践編）

5) 投稿の作り方 ストーリーズ編

投稿してから24時間たつと自動的に消える投稿。
ポストは見なくても、ストーリーズはこまめに見るユーザーが多い。



←フォローしている人のみ表示される。
投稿された時間が近い順に表示されるため、まめに投稿すると、フォロワーの目に留まりやすい。

・ポストとストーリーズの使い分け

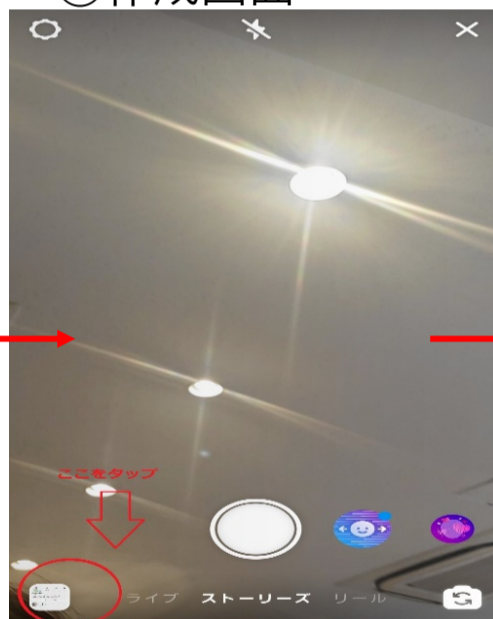
ポスト：ノウハウ、お役立ち、作品集 ⇒ **信頼**
ストーリーズ：プライベート、お知らせ
思い、コミュニケーション ⇒ **共感**

ストーリーズの作り方

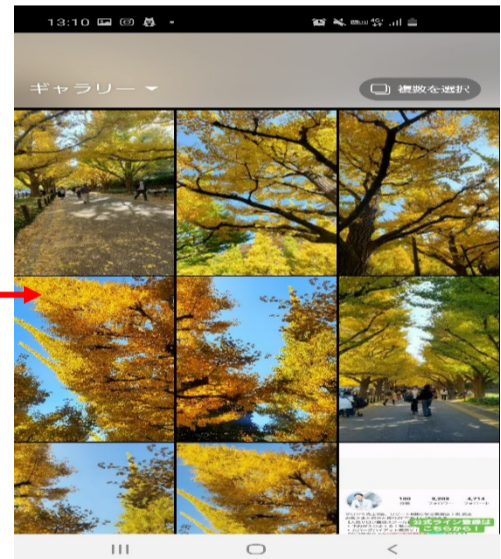
①アイコンをタップ



②作成画面



③写真を選択



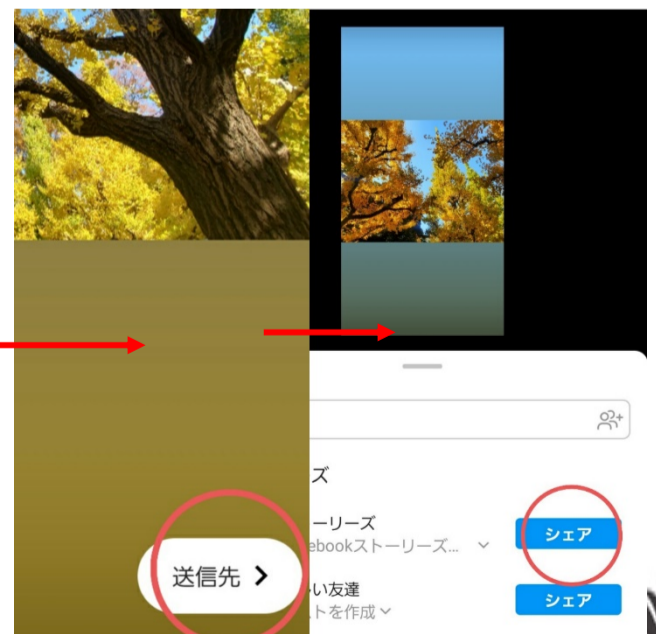
④文字などを入れ編集



(機能一覧)



⑤送信先→シェアで投稿完了！

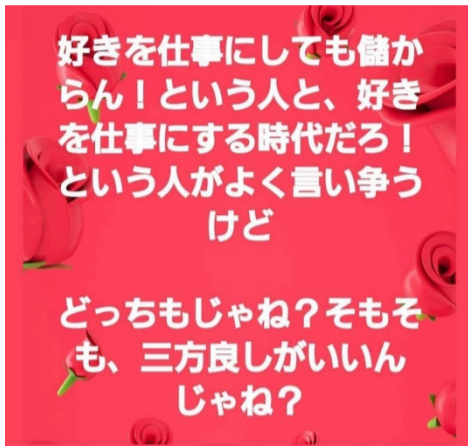


7：インスタ初心者向け（実践編）

5) 投稿の作り方 ストーリーズ編

・ストーリーズ活用法：フォロワーさんと、コミュニケーションをとろう！

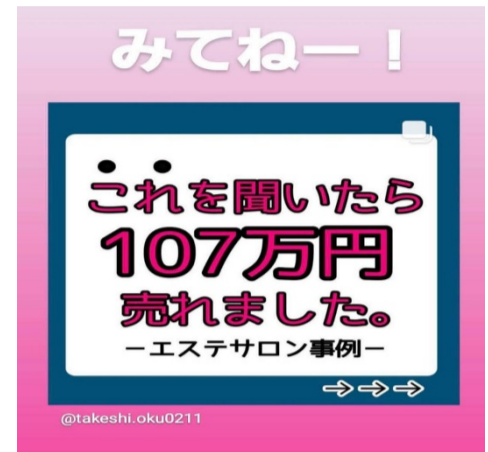
思い、考え（共感）



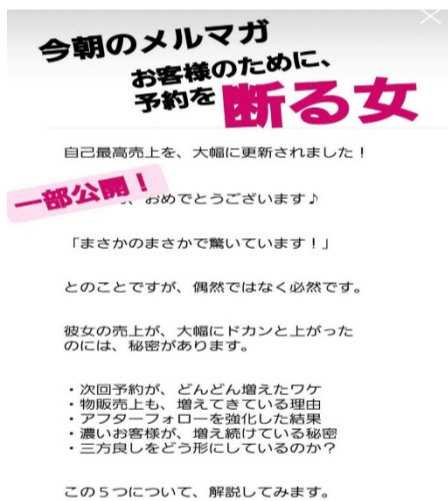
予告



ポストのお知らせ



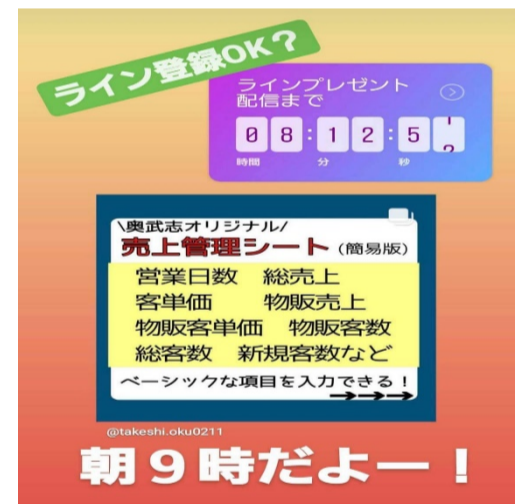
一部公開（メルマガなど）



プライベート



カウントダウン



アンケート



クイズ（4択アンケート）



質問



7：インスタ初心者向け（実践編）

6）ハッシュタグを攻略しよう

・ハッシュタグってなに？

ユーザーが調べたいことを検索するときを使う単語。
投稿に「#（ハッシュ）〇〇」とつけると、その単語を検索した時に
投稿が表示される仕組み。（ググるとおなじ）

まだあなたのことを知らないユーザーに、知ってもらおうキッカケになる！

「#（シャープ）」ではないので間違えないように。

・タグの種類

ビッグタグ・・・投稿数10万件～

ミドルタグ・・・投稿数1万件～10万件

スモールタグ・・・投稿数1000件～1万件

・タグの付け方

半角「#」（全角だとタグ検索に表示されない）

前後に半角スペース（例：「#エステサロン」）

アルファベット、日本語、数字OK

1つの投稿に最大30個まで（10個以上はつけよう

投稿の内容に関連したタグをつける

（関連のないタグだと、反映されない可能性あり。）



★あなたのターゲット層のユーザーが、実際に検索しそうなタグ
かつ、投稿件数が、あまり多くないタグをつけよう。

・タグの人気（トップ）投稿に載ろう！

タグ検索の一覧で最初に出てくる投稿。ユーザーに見つけてもらいやすくなる。

エンゲージメント率が高いほど、載りやすくなる。

つまり、フォロワー数が少なくても十分狙える！

★エンゲージメント率＝投稿に対するユーザーの反応

いいねの数÷フォロワー数＝エンゲージメント率（目安）

例) いいね100件、フォロワー200人の場合 $100 \div 200 = 50\%$

いいね100件、フォロワー2000人の場合 $100 \div 2000 = 5\%$

5%以上を目指して投稿を作ろう♪

【宿題】

インスタを強化しよう！
ストーリーズを活用しよう！
プロフィールにメルマガやLINE
への入口を設置しよう！

卒業までの目標を決めよう！