

インスタ講座

2.【導入編】Instagramマーケティングの基本

●4種類の投稿方法を使い分ける

Instagramの投稿方法をすべて答えられますか？

・通常投稿

→写真または動画を投稿

・ストーリーズ

→15秒の短尺動画を投稿

・IGTV

→10分まで動画投稿可

・リール

→15秒の短尺動画

●通常投稿

マーケティングで考えると

→商品・流通チャネル

・プロフィールのタイムラインを見て、

自分の投稿に興味を持ってもらえるかが重要

・そのためにはどのような投稿を心がけるべき？

どうやったら続きを見たいくなるか

●ストーリーズ

マーケティングで考えると

→広告

・自分や商品に興味をもってもらうために投稿

・15秒間のテレビCM

・ストーリーズから商品に移動してもらうためにはどうすればいいのか考える

・IGTV

マーケティングで考えると

→商品への流通チャネル

・自分や標品に興味をもってもらうために投稿する

・15秒～10分(一部アカウント60分)のテレビ番組のようなもの

・長く見てもらい自分のフォローや商品への移動を促すためにはどうすればいいのか考える

●リール

マーケティングで考えると

→広告

- ・15秒の短尺動画で自分や商品をアピール
 - ・短尺動画でいかに興味を持ってもらえるか？
- ここは難しいが顧客目線になることが重要！

- ユーザーの行動を5段階で考える
- DECAX(デキャックス)

- ・D —Discovery(ディスカバリー)
- 発見
タグ検索などで
アカウントを発見する

- ・E —Engage(エンゲージ)
- 関係
投稿が気になるので
何となくフォローする
続きが気になる

- ・C —Check(チェック)
- 確認
日々、発信された投稿を
チェックする

- ・A —Action(アクション)
- 購買
確認を繰り返し、
信頼と価値を感じれば購買に移る

- ・eX —eXperience(エクスペリエンス)
- 体験と共有
商品を体験し、
体験を周りに共有する
レビューなど

- まとめ
- ・4種類の投稿方法を使い分ける
 - ・ユーザーの行動を5段階で分けて考える
 - ・これらを意識してInstagramをビジネスとして運用してい