

フォロワーやエンゲージメント（＝手段）が
目的になっていませんか？



Instagram成果拡大・売上貢献のための KPIとプロモーション施策



アライドアーキテクト株式会社

東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル 4階

Phone: 03-6408-2791 / Fax: 03-6408-2799

InstagramにおけるKGI・KPI指標と 成果拡大のポイント

アカウントのフェーズ別KPIと施策

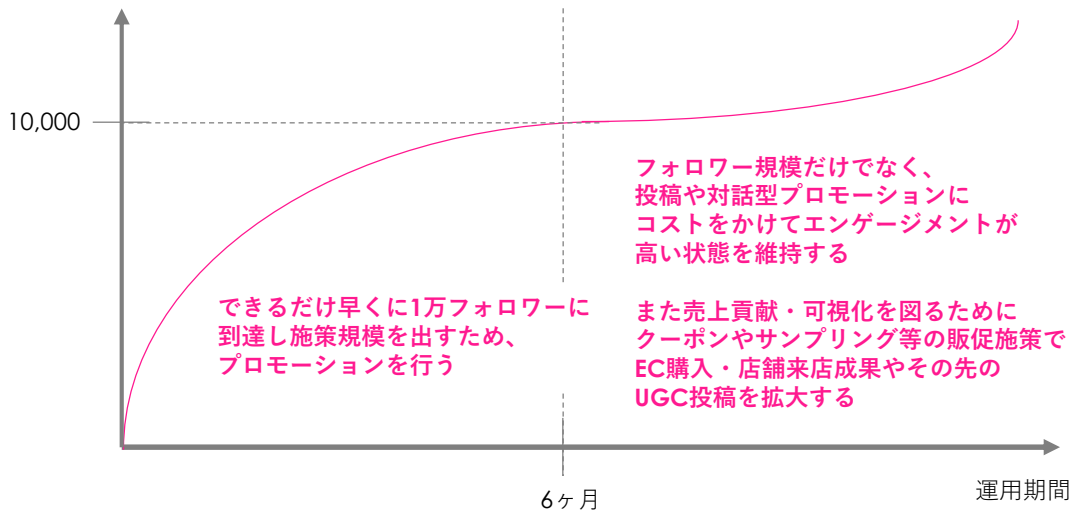
立ち上げ時～6ヶ月

フォロワーが少ない状態で投稿制作に過剰にコストを掛けてしまうと、成果の規模が見合わないため、リソースや予算が得られずにアカウント運用を止めてしまうケースが多く見られます。そのため、立ち上げ時からプロモーションを実施し、できるだけ早く（概ね6ヶ月以内）に1万フォロワー※を得られるかが、多くのケースで重要となっています。

※Instagramでは、1万フォロワーを超えるとストーリーズ投稿に外部サイトリンクを貼ることができます。

6ヶ月～

フォロワーが増えても、フォロワーからエンゲージメントが得られていないと、投稿がリーチせずと思うほど効果を感じられません。プロモーションにおいてもコメント形式を取り入れたり、UGCを集めてストーリーズシェアを行うなど、対話を重視した施策に切り替えていく必要があります。また、ECやリテールのアカウントの場合、売上への貢献度を拡大・可視化するため、投稿のみならず販促施策を行うことが重要と言えます。



フォロワー数

エンゲージメント数・エンゲージメント率

投稿数・インプレッション数・リーチ

EC購入数・店舗来店数

UGC投稿数

成果を出すために 蓄積すべき3つの資産

Instagramアカウント施策は短期的なダイレクトレスポンス施策とは異なり、ストックされた資産が持続的に効果を発揮するため、資産をバランス良く形成し、維持拡大していくことが重要になります。

フォロワー数

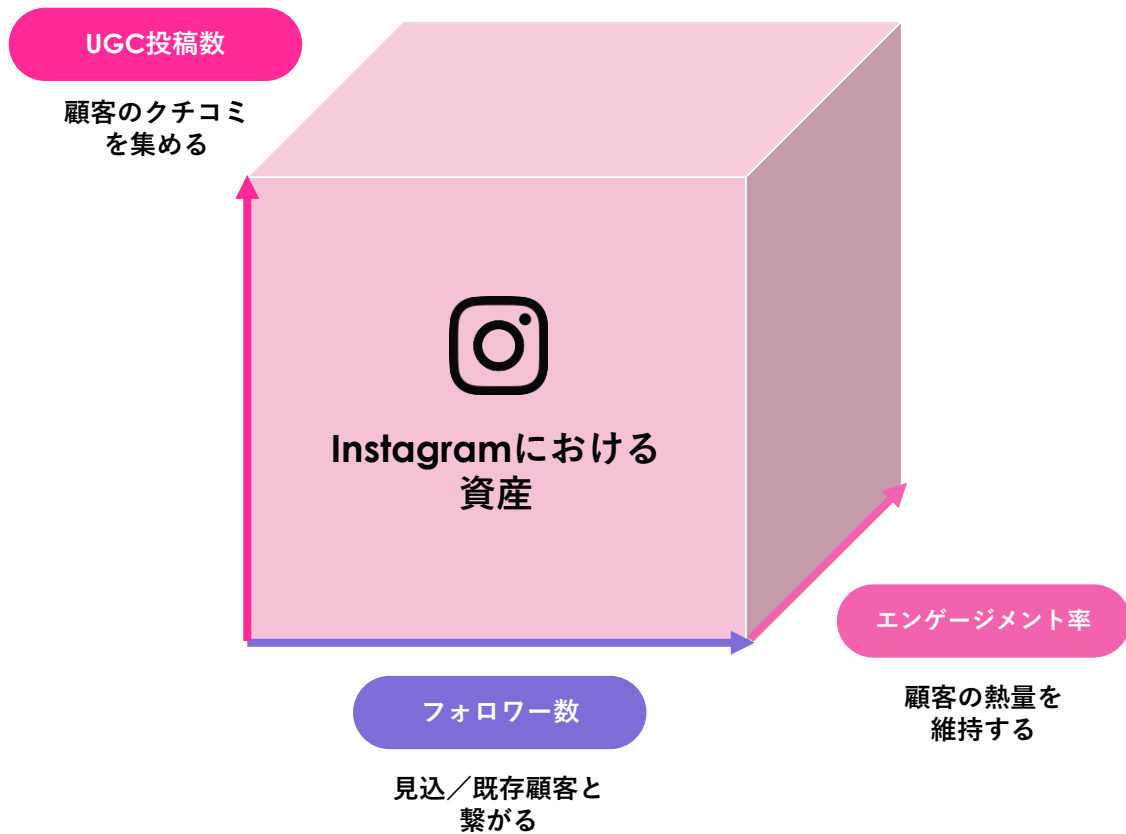
見込客・既存顧客とフォローによって繋がることで、定期的に接触可能でマインドシェアを維持できる状態の顧客を増やします。

エンゲージメント率

Instagramでは、エンゲージメントしているアカウントの投稿が優先表示されるため、投稿リーチによる接触頻度を高めるためには、投稿へのリアクションや自社アカウントへのアクションを促し、エンゲージメント率を保つ必要があります。

UGC投稿数

Instagram上で非フォロワーへのリーチを増やし自社アカウントに誘引するには、顧客のUGC(クチコミ)を集めることが重要になります。



Instagram上で UGCを増やすべき理由

フォロワーに対するリーチの限界

自社アカウントの投稿は、広告を掛けない限りフォロワー数がほぼリーチの上限になります。ユーザーはアカウントに対して好意を持った状態でないとフォローせず、フォローを増やすには広告出稿量が必要になるため、自ずとリーチ規模は限定されてしまいます。

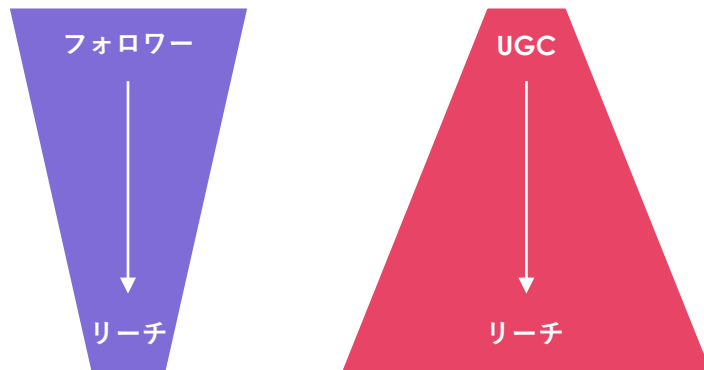
UGCによるリーチ規模の拡大

UGC投稿は、投稿者のフォロワーに届くためリーチが自社アカウントの規模に制限されません。UGCを増やせば、リーチ規模は $\text{UGC投稿数} \times \text{投稿者のフォロワー数} (\times \text{リーチ率})$ になるため、自社のリソース投下量に比例せず、規模のレバレッジを掛けることができます。

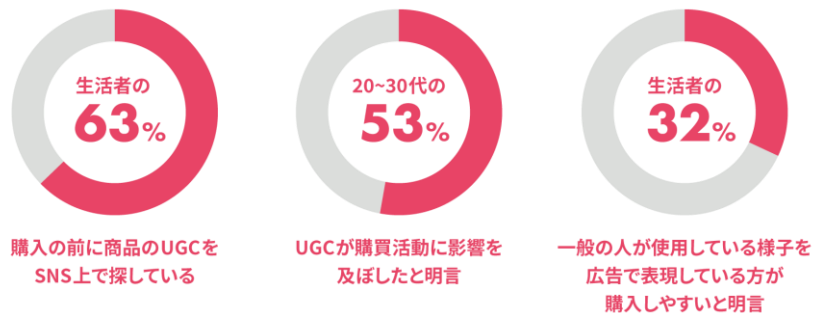
また、UGCは、企業発信ではない一般生活者の投稿であることから、特に若年層においてはより情報として信頼される傾向があり、購買検討の際にも、UGCが後押しとなることが分かっています。

このことから、特にフォロワー拡大コストが高い場合（ターゲットが狭い商材や予算が少ない場合）においては、フォロワー数に拘らず、**UGC投稿の拡大を中心としたアカウント戦略を検討すべき**です。

フォロワーに対するリーチには限界があるが、UGCは規模を拡大し続けることができる



UGCは、企業投稿にはない情報の信頼性を得ることができる



成果向上サイクルを作る おすすめのプロモーション施策

クーポン／サンプリング プロモーションによる成果向上

前述のポイントを押さえつつ、Instagramの成果向上におすすめなのが、クーポン／サンプリングプロモーションです。フォロワー数・エンゲージメントを高めながらUGC投稿数を増やし、EC・店舗においては売上貢献・可視化を図ることが容易になります。

ECクーポン施策

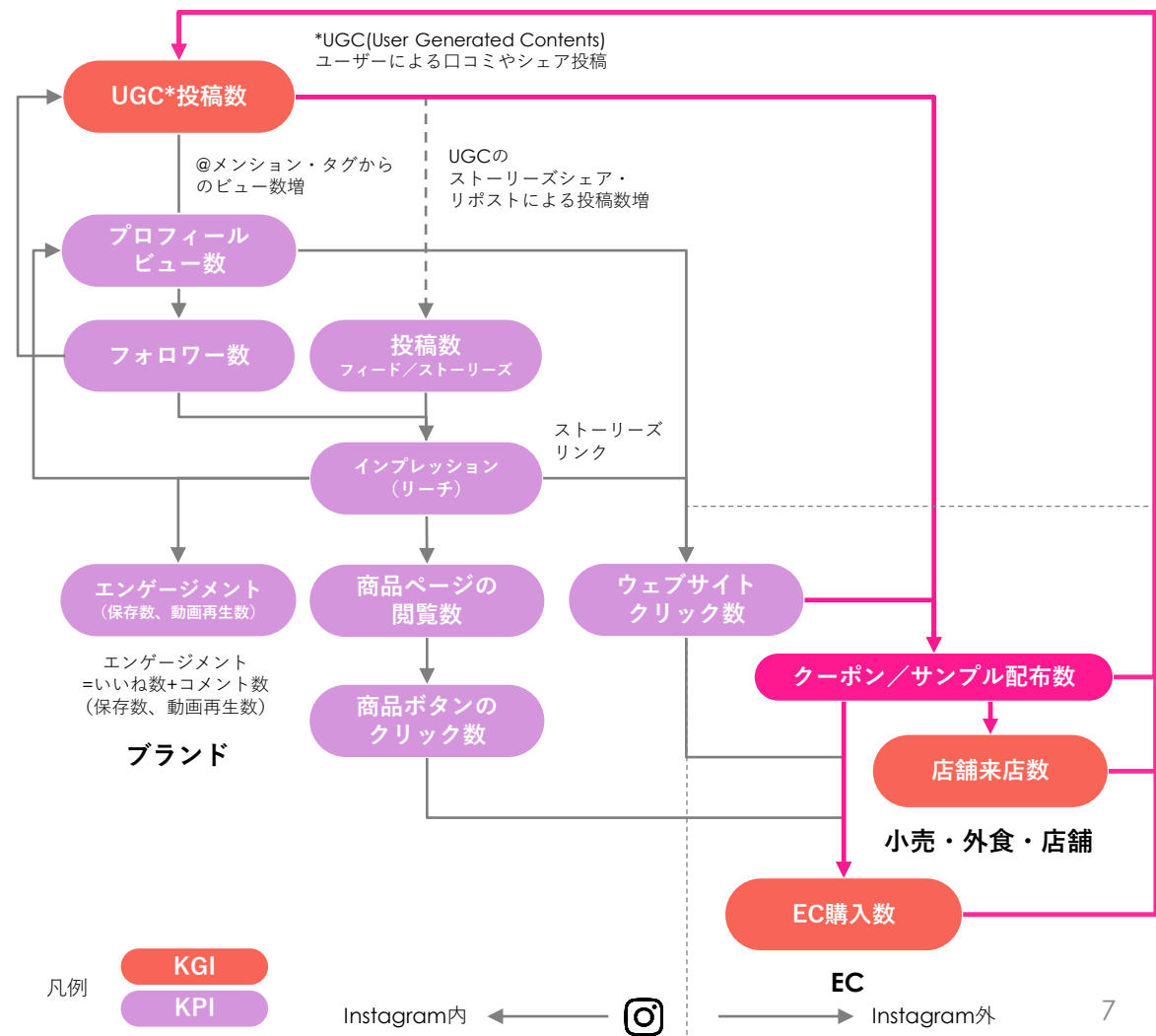
自社ECで使えるクーポンコードがもらえるプロモーションです。パルス消費しやすい商品の紹介と共にクーポン配布することで初回購入を促したり、UGC投稿でクーポンを発行すればクチコミとリピートを同時に促進できます。

来店クーポン施策

店頭消込型のデジタルクーポンを配布することで、より強く来店誘引することができるとともに、消込率を計測し、来店効果を検証することが可能になります。

サンプリング施策

サンプリングにより商品体験を増やし購買に繋げるとともに、試用後のUGC投稿を促進しクチコミによる認知・商品理解を広げることができます。



ECクーポンを活用した プロモーション施策

ECにおいては、クーポンやポイントをインセンティブとしたプロモーションの実施が有効です。

購買促進

- ・ 時限クーポン
- ・ 送料無料クーポン
- ・ 特定商品に利用できるクーポン

などを組み合わせることにより、様々な購買を促進させる効果が得られます。

UGC投稿促進

既存顧客に向けてハッシュタグや@メンション、タグ付け投稿を促進し、UGCからの自社アカウントリーチを増やします。

また、集めたUGCの中から秀逸な投稿をストーリーシェアして紹介することで、顧客とのポジティブなコミュニケーションを取りつつ、クチコミによる購買喚起を図ることも可能です。

【参考例】 ※公開されているキャンペーンをご紹介します。



@yourkins_official

定期的にキャンペーンを実施してアカウントの規模を拡大しつつ、送料負担のみの無料クーポンで商品サンプリングをしたり、送料無料クーポンで購買を促進するなど、クーポンを上手に活用されています。



@cotta_corecle

既存顧客に向け、ポイントをフックに新規客向けのおススメ商品を投稿で教えてもらうキャンペーンを実施し、UGC投稿を促進。

また、ストーリーズでは時限クーポンを活用し、購買を促進する運用もされています。

来店クーポンを活用した プロモーション施策

小売・外食・店舗サービスにおいては、来店クーポンをインセンティブとしたプロモーションの実施が有効です。

デジタル消込クーポン

デジタル消込クーポンをプロモーションのインセンティブにすることで、Instagram経由での来店誘引を図ると共に、消込によって来店計測を図ることが可能になります。

店頭での消込オペレーションが可能であれば、強力な来店誘引ツールになり得ます。

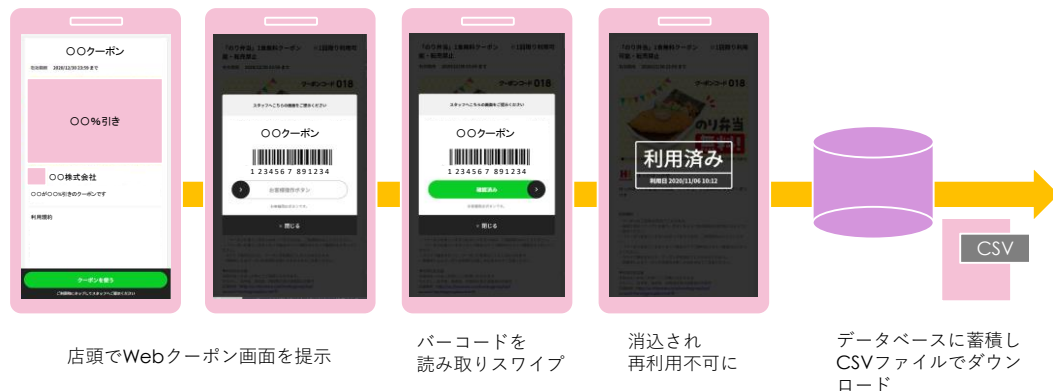
※外部のクーポンシステムが必要になります。

店頭サンプリング

店頭販売商品がある場合、そのサンプル配布のためにデジタル消込クーポンを店頭引換チケットとして活用し、来店誘引を図ることも可能です。

割引が難しい場合に有効です。

【デジタル消込クーポンの例】



【参考例】 ※公開されているキャンペーンをご紹介します。



@hokkahokka_te_i

店頭で商品との引き換えが可能な
バーコードクーポンをインセンティブに
キャンペーンを実施。

定期的を実施することでアカウントの
規模を拡大されています。

サンプリング プロモーション施策

ブランドや、クチコミによって良さを広めたいサービスにおいては、サンプリングプロモーション施策が有効です。

商品サンプリング

商品を体験された方のUGC投稿を促進し、クチコミによる商品認知・商品理解を広げることができます。商品サンプルがある場合は、試用者を増やしてブランドスイッチや本購入に繋げることも図れます。

長期アンバサダープログラム

より深い体験によるクチコミでブランド・商品・サービスの理解を広げたい場合は、長期のアンバサダープログラムとして実施し、様々なテーマを提示してUGC投稿を促進する手法が有効です。

ストーリーズシェア

UGC投稿を集めた際は、ストーリーズでシェアすることで、プロフィール画面に投稿を残すことなくフォロワーにクチコミを届けることが可能です。また投稿者にもシェアされたことの通知が届くため、アンバサダーとのエンゲージメントを高めることができます。

【参考例】 ※公開されているキャンペーンをご紹介します。



@icenomi_jpn

新商品を発売前に体験できるアンバサダー募集キャンペーンを実施し、公式ハッシュタグを付けた投稿を促進されています。



@sakanotochu

半年間という長期に渡り、セット商品や新商品を無料で届け、ハッシュタグおよび@メンションを付けた投稿を促すアンバサダープログラムを実施されています。

Instagramプロモーションの 課題と対策

定期的を実施をする

効果のあるInstagramプロモーションでも、散発での実施では大きな成果にはなりません。定期的
に実施を行い、PDCAサイクルを構築してKPI計
測・改善を図り続けることが、成果を上げるため
には必須になります。

購入・来店やエンゲージメントを図る

実施して終わり、ではせっかく作った繋がりも、
その後のアクションに発展しません。キャンペーン
に参加してくれたフォロワーに対しクーポンを
発行するなどにより、購入・来店といった顧客
化・リピーター化まで導くことが重要です。また、
参加の御礼として投稿をストーリーズシェアする
など、エンゲージメントを高めることが
Instagramアルゴリズム上重要になります。

ツールを有効活用する

これらの活動を負荷少なく継続するには、ツール
の導入が有効です。参加者データの蓄積・可視化
や、成果の計測、コミュニケーションのサポート、
購入・来店誘導を図れるクーポン機能などのある
ツールの導入をお勧めします。

次回の投稿テーマは#商品B!

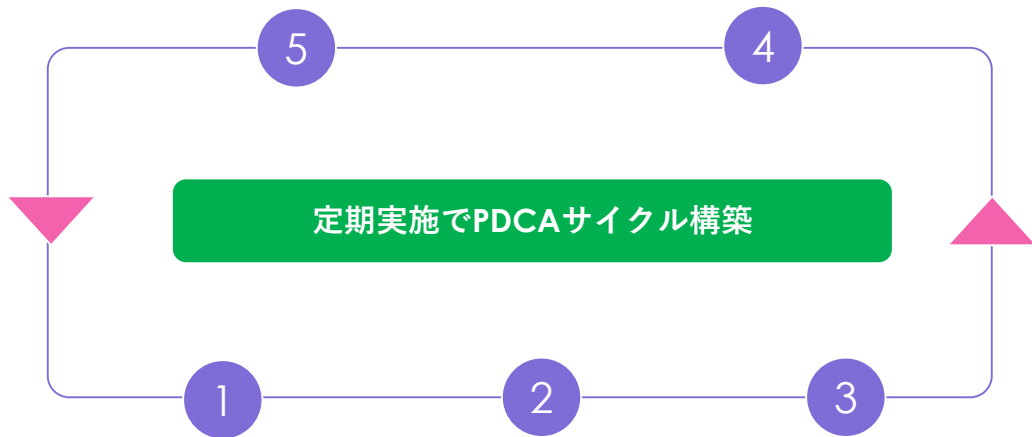


計測・次回のテーマ設計

投稿ありがとうございます!



交流・エンゲージメント



キャンペーン開催

フォロワー化・可視化

購入・来店誘導

投稿テーマは#商品A!



●●参加者限定の
クーポン! 利用は●月まで

(参考) プロモーションで利用可能なインセンティブ

利用可能なインセンティブ

プレゼント・ノベルティ



特別なプレゼント・ノベルティでロイヤルティを醸成

自社ECクーポン



ECクーポンコードで新規・リピート購入を促進

来店クーポン



消込・計測可能なWebクーポンで店舗来店を促進

金券・ギフト券



Instagram上での現金・金券のキャンペーンは禁止

開発者ポリシー

<https://developers.facebook.com/devpolicy>

利用者にインセンティブを提供してよい行動は、アプリへのログイン、アプリのFacebookページまたはInstagramにおけるプロモーションへの参加、スポットへのチェックイン操作、貴社とのコミュニケーションを目的としたMessengerの使用のみです。その他のアクションに対してインセンティブを提供してはなりません。

開発者は、Instagramのプロモーションガイドラインと適用されるすべての法律および規則を遵守することを条件として、Instagramで宣伝を運営できます

Instagramプロモーションガイドライン

<https://help.instagram.com/179379842258600>

プロモーション(コンテスト、懸賞等)の案内や運営のためにInstagramを利用する場合、ページ作成者は、次の事項を含めて、当該プロモーションを合法的に運営する責任を負います。

Instagramコミュニティガイドライン

<https://help.instagram.com/477434105621119/?fbclid=IwAR0uV5OCPvv-BQeuGf86VrYOhPU6mQKBS>

「いいね!」やフォロー、コメントを含むやり取りの見返りに、金銭や金券などのプレゼントを申し出たりしないでください。

上記により、Instagram上ではプロモーション(コンテスト、懸賞等)自体は禁止されておらず、プロモーション参加アクションにはインセンティブを提供できると考えられます。

一方で、「金銭や金券などのプレゼント」「アクションを条件に、全員に景品プレゼント」に関してはコミュニティガイドラインに抵触する可能性があります。

また国内の法律上、「割引クーポン」の類は「景品」に含まれないとされており、利用可能と解釈しています。

消費者庁 景品に関するQ&A

https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/faq/premium/#q1

正常な商慣習に照らして値引又はアフターサービスと認められる経済上の利益及び正常な商慣習に照らして当該取引に係る商品又は役務に付随すると認められる経済上の利益は含まないこととされています。

Instagramキャンペーンを 【成果拡大・売上貢献】に繋げるサービス

ech@es on Instagram

成果を可視化し持続・発展的に拡大できるInstagramプロモーションを実現

Instant-win

Instagramでインスタントウィンを実現

Follow/Engage/UGC

InstagramフォロワーとUGC資産を蓄積

Sales Promotion

クーポンと時限セールでEC・店舗送客



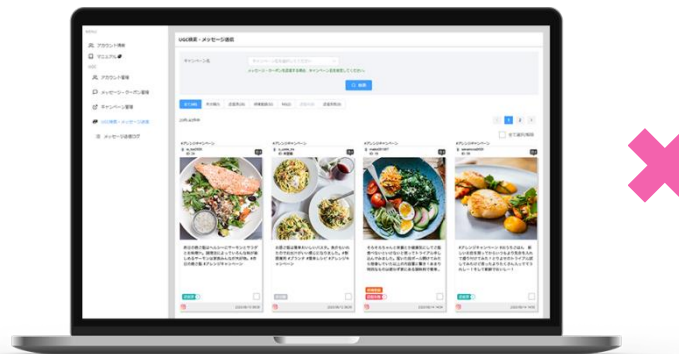
アライドアーキテツ株式会社

東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル 4階

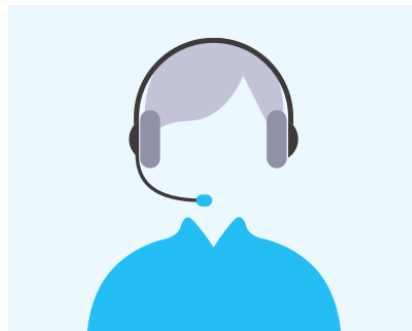
Phone: 03-6408-2791 / Fax: 03-6408-2799

成果を最大化するInstagramプロモーションを
最も低負荷で高頻度を実施できるプロダクト & サービスです。

ech@es on Instagram



専任カスタマーサクセス担当



負荷低く成果の最大化へ

インスタント ウィン	投稿収集 検索	当選者認証	コメント 機能
来店消込 クーポン	EC クーポン	インサイト ダウンロード	集客支援

運用代行 事務局代行	ツール利用 サポート
プロモーション サポート・改善	クリエイティブ サポート・改善

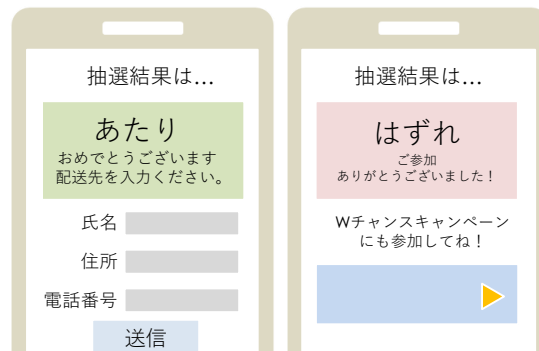
インスタントウィン機能を提供

「その場で当たる」形式のインスタントウィンが実施可能。
抽選・当選DMの手間を省き、大量当選キャンペーンが実施可能に。

大量当選キャンペーンが実施可能に



その場で当落を表示するので高参加率
抽選作業も当選DM送信も不要



大量サンプリング + UGC生成パッケージプラン

インスタントウィンによる「大量当選」サンプリング企画 ハッシュタグ投稿キャンペーンとのセットでUGCを大規模に生成

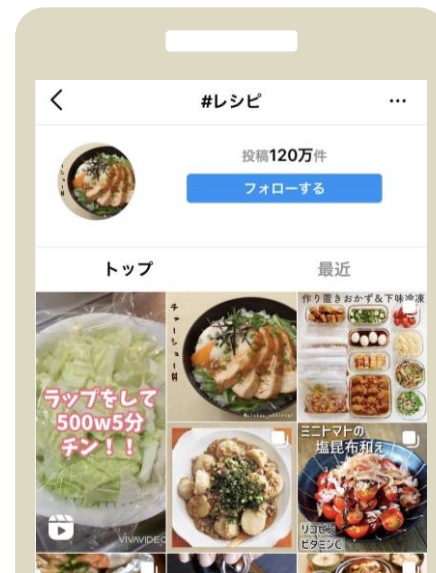
サンプリングキャンペーン



ハッシュタグ投稿キャンペーン



指定ハッシュタグでUGC生成

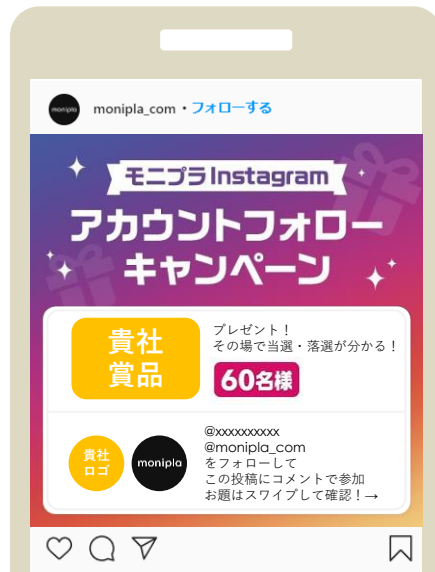


弊社メディアアカウントとのタイアップキャンペーンを実施 低リスクな成果報酬型でフォロワー獲得を実現

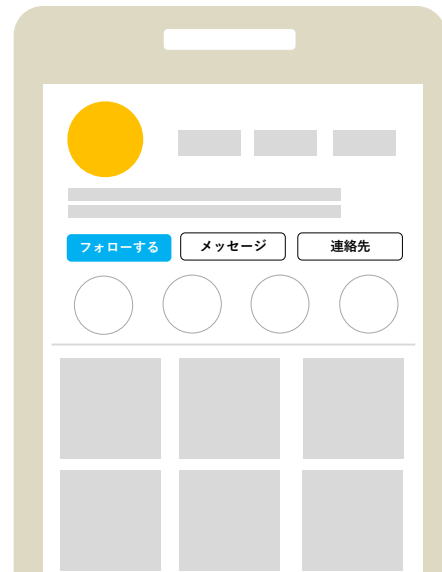
弊社メディア「monipla」より
Instagramのキャンペーン投稿へ集客



@monipla_comアカウント上で
クライアント様商品を賞品として
「ダブルフォロー&コメント」形式の
インスタントウィンを実施



ダブルフォロー形式により
クライアント様の
アカウントをフォロー





POINT 01

導入しやすいWebクーポン仕様

スマートフォンのブラウザで表示されたクーポンの確認ボタンをスワイプするだけで利用済となるため、店頭オペレーションへの負荷を最大限減らす形で利用可能です。

POINT 02

不正利用ができないクーポンシステム

「クーポン利用ボタン」のスワイプが完了すると、その後URLに遷移してもクーポンは使用済みとなり、使用出来なくなるため、クーポン利用ページの画面キャプチャやURLを第三者に共有・公開されても複数回の利用はできません。

POINT 03

クーポン利用者数の収集・管理が可能

実際に何人が店頭でクーポンを利用したのかを日別で収集・管理することができ、キャンペーンを通じた実際の店頭送客への貢献度を可視化することが可能です。

レストランチェーン店 A社

店頭送客 **51%**

配布約20,200に対し約10,400名送客

弁当チェーン店 B社

店頭送客 **43%**

配布1,000に対し約430名送客

カフェチェーン店 C社

店頭送客 **26%**

配布4,900に対し約1,300名送客

ech@es on Instagram

サービスサイト

<https://service.aainc.co.jp/product/echoes-Instagram/>

お問い合わせ

アライドアーキテクツ株式会社 Promotion本部 事業開発部

TEL: 03-6408-2791 Mail: dev-promotion-sales@aainc.co.jp