

Instagram プロフィール作成完全攻略 スタディーガイド+テンプレート

このスタディーガイドは、『フォロワー1万人増えるプロフィールの共通点』の解説内容を重要ポイントに絞って分かりやすくまとめた内容です。動画学習と合わせてご活用ください。

1万人フォロワー達成するアカウントプロフィール5つの共通点

1. ユーザーIDと名前が分かりやすい
2. プロフィール画像からブランドイメージがしやすい
3. 自己紹介文の最適化
4. CATとリスト構築用のリンク掲載
5. ハイライトが整っている

成功要素1：ユーザーIDと名前が分かりやすい

覚えやすいユーザーID (@～)

フォロワーが多いアカウントは、検索しやすいユーザーIDを使っている事が多いです。覚えにくいユーザーIDや、長すぎるユーザーIDは、検索に浮上しなかったり、タグ付けしづらいなどのデメリットがあるため要注意です。拡散されにくいID名は控えましょう。

ビジネスを代弁する名前

認知度が高いアカウントは、一目であなたが誰かが分かる名前表記の仕方を心がけています。ビジネスのブランド名や、個人の活動名、そして在籍している業界や配信している情報ジャンルを示唆するキーワードをユーザーIDや名前内に入れておきましょう。

また、配信内容に関連したキーワードを含んでおくと、ユーザーがインスタ内の検索機能であなたのビジネスや配信内容に関連したキーワードを検索した際、検索結果に表示される可能性も高まります。

肩書き

名前を記載する際のコツとして自分の名前の隣に【肩書き】を入れておくことさらにベターです。

肩書きを入れておくことで、あなたがどんな専門家でどんなビジネスでどんなブランドなのかというのを、ターゲットユーザーから理解してもらいやすくなり、よりフォローされやすいアカウントになります。

成功要素2：プロフィール画像からブランドがイメージしやすい

2つ目の成功要素は、プロフィール画像です。

プロフィール画像は、インスタユーザーにブランドイメージを植え付ける際、非常に重要な役割を果たします。

あなたがインスタ上で使用するプロフィール画像が、今後ユーザーがあなたやあなたのビジネスに対して持つブランドイメージとして直接反映されるのです。

ユーザーがあなたの名前やブランド名を聞いた時、どのようなイメージを思い浮かべて欲しいかをしっかりと考えプロフィール画像を選択しましょう。

アカウントのポジティブなイメージを印象付ける事ができる画像で、かつ質のいい画像を使いましょう。また、覚えやすく、目を引く背景色を選択することも効果的です。

自身やブランドを正確に反映する画像を使用することがブランディング強化の重要なステップとなることを覚えておきましょう。

成功要素3：自己紹介文の最適化

3つ目の成功要素は、自己紹介文の最適化です。

【自己紹介文の最適化3要素】

1. 誰に
2. 何を
3. なぜ

1. 誰に

ここで言う【誰に】とは、あなたのアカウントは【どのようなユーザー層に向けて】情報を配信をし価値の提供をしているのかということが、明確にわかる文言をプロフィール文章内に入れることをさします。

2.何を

そして2つ目の【何を】という点ですが、この部分は【あなたのビジネスはどのような価値を配信しているビジネスなのか】、あなたがしている人なのかを具体的にわかる文章を記載することをさします。

3.なぜ

最後、3つ目は【なぜ】の部分ですが、ここでは数多くあるInstagramアカウントの中で【なぜあなたをフォローすべきなのか】という点を自己紹介文で説明する必要があります。

■経歴や実績を証明する（権威性）

経歴や実績を示すことで、あなたがどのような背景を持ち、どのような成果を達成してきたか、また、他の競合と比較してあなたを信頼できる理由になります。

■フォローする具体的なメリットを明示する

特に実績が少ない場合には、フォロワーが得られるメリットを明確に示すと効果的です。

例) ~する方法が学べる、過去に私が00を達成した方法を配信中！

ここまでで説明した、重要要素3つを取り入れ、短くシンプルで強い訴求力のあるプロフィールを作成することで、フォローされやすくなります。

例)

【アメリカから海外最新ビジネス戦略を配信】 →誰に・何を&メリット

▶学歴0 →年商1億超 →経歴

▶生徒数1000人超マーケスクール運営 →実績

▶Youtube登録者数2万人 →実績

▶セミナー参加者5000人越 →実績

成功要素4：CTAとリンクが掲載されている

CTAを掲載することで、単にフォロワー数を増やすだけでなく、増やしたフォロワーを収益化する事が可能になります。

CTAとは

まず、CTA (Call To Action) とは、日本語で【行動喚起】の事をさします。

SNSマーケティングでは、ユーザーに次のステップとなる行動を促す事を、CTA (=行動喚起) といいます。

CTAの例)

お友達限定で豪華特典プレゼント中！
公式LINEにお友達登録して、プレゼントを受け取ってくださいね♪

インスタグラムで単にフォロワーを増やすだけでなく、集客をしたい場合、プロフィールを見たユーザーへ向けて、フォローした後、次にどのような行動をとって欲しいかを分かりやすく示してあげる必要があります。

2.リンクが掲載されている

リンク掲載箇所には、上記で説明したCTAと連携させ、インスタをフォローした後に、次のステップとしてとって欲しい行動へ誘導するURLを記載するようにしましょう。

NLBでおすすめしている記載リンクは、顧客リスト登録リンクです。

Instagramは、元々コミュニティ構築を行う事を目的に作られたプラットフォームであるため、直接のプロモーション配信には向いていません。

そのため、あまりにプロモーションに偏った情報配信をしてしまうと、既存フォロワーからアンフォローされてしまう可能性が高まるため要注意です。

では、フォロワーを逃さず、同時にプロモーションを行うにはどうすればいいのでしょうか？

この答えが、顧客リストの構築です。

顧客リストとは、顧客の情報を蓄積したリストの事をさします。最近だと、メルマガ登録やLINE登録が顧客リスト構築方法の主流となっています。

NEXT LEVEL BIZZ, INC.

Instagramから次の媒体となるLINEやメルマガに登録してくれるユーザー層は、通常のフォロワーよりもさらにビジネスに興味関心を持ってきている確率が高い傾向にあります。

そのため、そのような興味関心度の高い人だけをフィルタリングし、ピンポイントでプロモーション情報を配信すると、購入率が高まると同時に、プロモーションを不要とするユーザーからのクレームや炎上も避けることができるのです。

また、リストの登録率を高めるためには、特典配布がおすすめです。

ただ単に「登録してください」とだけ記載してあると、ほとんどの人はすぐに行動せず登録を後回しにしてしまいます。しかし、プレゼントなど、登録することに対する知覚的なメリットが明確に提示されている場合、行動する人の割合が一気に向上します。

例)

動画とワークブックで解説

年商1億の知識を全て詰め込んだ

『インスタマーケバイブル』

↓↓↓

https//…………

成功要素5:ハイライトが整っている

それでは最後、5つ目の成功要素は、ハイライトが整っていることです。

ハイライトとは、24時間で消えてしまうストーリーズ投稿で消したくないコンテンツをカテゴリ分けして24時間以降も残しておける機能のことです。

ハイライトには、プロフィールに掲載できなかった情報を追加で表示させておくことができます。

【ハイライトの活用方法】

自己紹介: ビジネスの基本情報や特徴を紹介する。プロフィールに記載できなかった情報を追加で紹介できます。

ビジネスの実績: お客様の声、ビジネスの実績や成功事例を紹介する。信頼性や権威性が上がります。

QAセッション: 過去に受けた質問とその回答をまとめる。よくある質問への対応がスムーズになります。

製品やサービスの紹介: ビジネスの商品やサービスを紹介する。プロモーションが必要な場合でも、ハイライトなら押し付けがましさが減ります。

無料ダウンロードの手順: ユーザーが提供する無料の特典やコンテンツのダウンロード方法を示す。ユーザーからの同じ質問への対応が簡略化され、ビジネスの効率が向上します。

まとめ

今回は、Instagramフォロワー1万人達成しているアカウントプロフィールに共通する5つの重要要素について徹底解説しました！

今後、Instagramで情報発信していきたいという方や、すでに発信している方でフォロワーが伸びずに悩んでいる方は、ぜひこのスタディーガイドを何度も読み返してご自分のアカウントに落とし込み実践して頂けると嬉しいです。

テンプレ

=====

名前 | 肩書き

【何を配信しているのか】

■配信内容の詳細

■実績証明①

■実績証明②

CTA (行動喚起)

↓↓↓

URLの挿入

ハイライト

=====