

第六回店舗系
LINE@と
インスタ集客



好き&得意で突き抜ける!

スーパー
ステージアップ
起業塾





第六回 店舗系 LINE@とインスタ集客



- ☑ シェア(近況報告)
- ☑ 検索に強くする&お客さんにどんどん
出会えるインスタ集客セミナー
- ☑ LINE@を使ってリピートと売上200%アップ



まずは皆さんの報告から



この二週間、何か動きがあった方はご報告下さい。
また質疑等も可能です

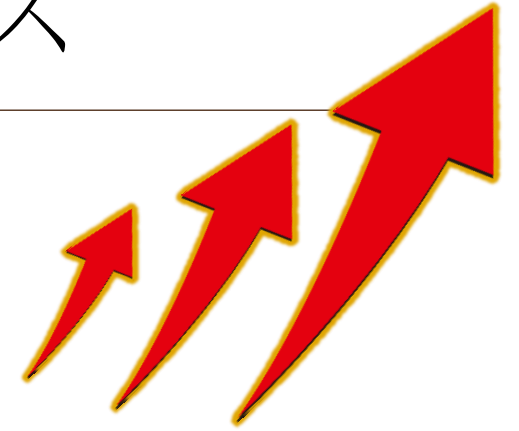




前回のおさらい



第五回 バックエンド作成 & セールス

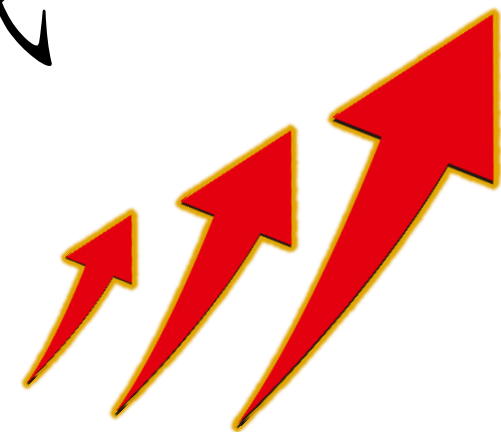


- ☑ シェア(近況報告)
- ☑ 大きな収益を生むバックエンド作成
- ☑ セールス苦手を克服！お金のマインドセット
- ☑ いつの間にか売れちゃう！へビのカラダセールス



【ここからが今日の本編】

大きな収益を生む
バックエンド作成



そもそも

バックエンドとは？

【最重要ポイント】

顧客に結果が出る
内容かを追及する。

【バックエンド作成の順序】

- ① ペルソナ・コンセプト設定 (ブランディングワーク2)
- ② 競合バックエンドリサーチ (ブランディングワーク4)
- ③ バックエンド企画 (ブランディングワーク5)
- ④ 内容精査・ブラッシュアップ (ブランディングワーク6)
- ⑤ 販売コンテンツ作成 (ブランディングワーク7)

① ペルソナ・コンセプト設定(ブランディングワーク2)

ペルソナが

【夜も眠れず悩んでいること】

は、なにか。

③

バックエンド企画

(オファー作成)

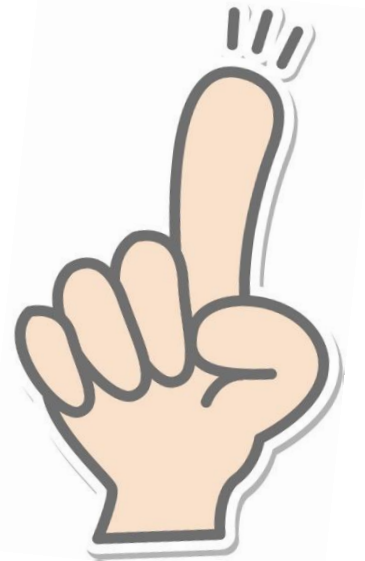
③ BE企画(ブランディングワーク5)

【作成ポイント】

- 商品名、キャッチコピー
- セールスポイント、他にはない独自性
- 形態(講座?塾?個別?)
- こんなひとにお勧め(具体的な悩みの特定)
- 商品内容(期間、時間、フォロー、特典、価格)
- 受講後の状態

【かなり大事なポイント】

- 特典で付加価値アップ
- 業務委託で強みを強化
- 保障や限定感なども吉



全て含めて



オファーといいいます。

オファーが魅力的でないと
売れないと心得ておきましょう！

⑤

販売コンテンツ
作成

バックエンド作成 & セールス

販売コンテンツとは？

リアルで売る場合

= プレゼン用資料、説明用資料

Webで売る場合

= 販売記事、商品詳細記事



バックエンド作成 & セールス



資料が出来たら印刷して
プレゼンしやすいファイルで管理

販売記事と集客心理学

販売記事に必要な内容



- ① 購入するとお客様はどうなるのか
- ② その理由、根拠は？
- ③ すでに購入した方はこうなっている
- ④ 商品(サービス)の詳細、申込みリンク
- ⑤ **一言で伝えると「どんな変化があるのか」**



セールス苦手を克服！

お金のマインドセット



セールスとは

セールスとは…

喜ばれること

感謝されること



■ お金とは

お金 = 決心料

決めるところで、しっかりお金を頂く。

金額によってお互いのマインドも大きく変わる。

バックエンドは
あくまで一つの型

相手次第で内容・価格は
変化してOKです！



いつの間にか
売れちゃう！

へビのカラダセール



リアルでセールス&集客

■ 質問です。

クロージングはいつから
始まっている？

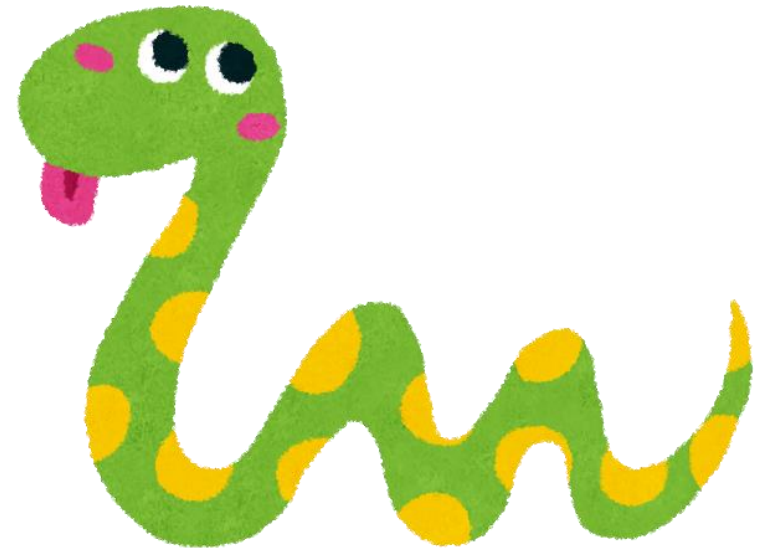
実は会う前から始まっています！

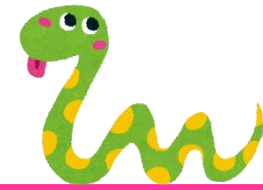


■ セールスはヘビの尻尾

どこからセールスクロージングなのか
分からないのが理想！

沢山の要素が積み重なり
ご成約へと繋がっていく





■ 信頼構築、必要性の刷り込み

- 問合せ、予約時からのやりとり
- どれくらい課題があり時間が必要か
- 本サービスを受けるとどうなるか
- このまま何もしなかったらどうなるか

セールスとは
プロポーズだ！

By じゅん



【ここからが今日の本編】

検索に強くする&
お客さんにどんどん出会える
インスタ集客セミナー



◆インスタ基本情報

Instagram のビジネスアカウント

世界のトップ100ブランドの内、
86%がInstagramを利用しています。

86%

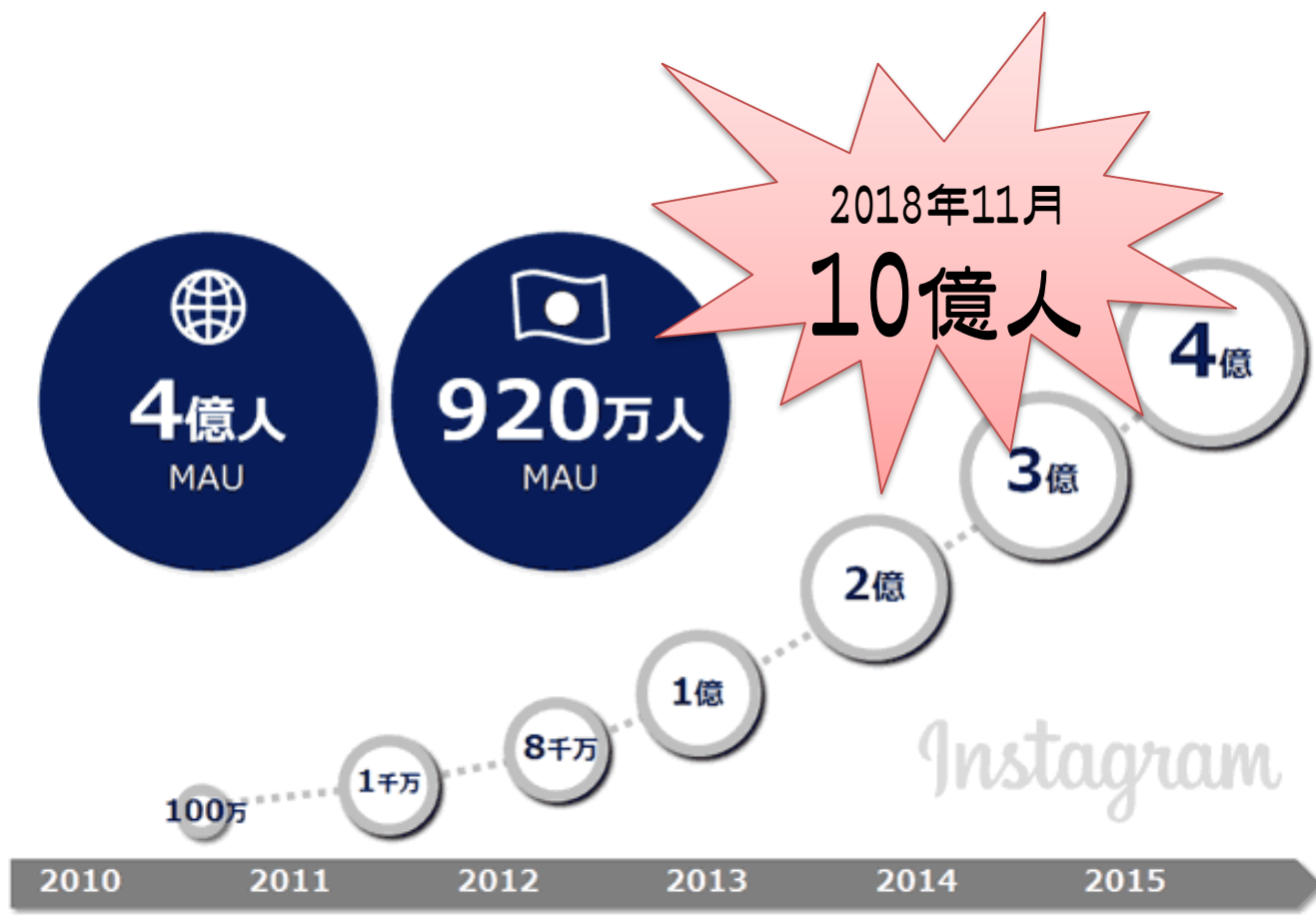


Totems による

Instagram TOP10 ブランド

	ブランド	フォロワー数	Hashtag付けされた数		ブランド	フォロワー数	Hashtag付けされた数
1位	Nike	10,771,835	36,590,495	6位	Gucci	3,086,398	9,288,708
2位	Adidas Originals	3,937,894	9,918,316	7位	NBA	4,505,068	6,042,199
3位	Starbucks	3,572,542	17,895,607	8位	Prada	2,458,097	9,595,525
4位	Topshop	3,647,419	8,807,706	9位	Dior	2,661,672	8,496,972
5位	GoPro	3,956,908	7,881,264	10位	Vans	2,225,857	12,039,472

◆インスタ基本情報



【Instagramの国内利用状況】

- ユーザー数
2018年11月で2900万人
- 男女別ユーザー構成
女性65%、男性35%
- 年齢別ユーザー構成
10代 44% 20代 40%
30代 30% 40代 24%

◆インスタ基本情報



POINT 1 「インスタは検索エンジン」

最近の10～20代はインスタを検索エンジン代わりに利用する傾向が非常に高い！
検索でYahoo!やGoogleより使っているユーザーも多い。

→ 検索にヒットする「タグ」が重要

POINT 2 「インスタで集客・販売は可能！」

Instagramの投稿から刺激を受け購買に至った経験を持つ女性が
アンケート回答者の4割を占めました。

→ 至る魅せ方、ブランディングが重要





～ Instagramは自分の雑誌！～

◆ Instagramは自分の雑誌！

自分が編集長を務める雑誌！
どんな世界観を伝えたいのか。
どう魅せたいのかを考える。



【ワンポイント】

Instagramは写真の質と色（テーマカラー）にこだわきましょう。未加工はありえない！
また文字も2000文字まで書けます！一つ一つの写真の背景のストーリーなども書くとGOOD♪





～正しいハッシュタグのつけ方～

◆正しいハッシュタグのつけ方



よくある例

投稿TOP部分に
ハッシュタグを沢山入れる

▶ **ここをタップされると他人の
投稿へ送客してしまう可能性が！**

投稿TOPは「店名」や「ブランド名」など
自分に100%繋がるハッシュタグにする。



◆正しいハッシュタグのつけ方



【正しい手順】

- ① TOP投稿のハッシュタグは2, 3個でOK。タグなしでもOK
- ② 投稿完了後、すぐにコメントを2つ書く
- ③ 1個目にハッシュタグを30個入れる
- ④ 2個目は「お問い合わせはこちら▶ (スペース) @自分のID」



◆正しいハッシュタグのつけ方

コメントを 2つ書く理由

TOP画面上からコメントの1個目が見えなくなるようにするためです。見えなくなる部分に、キーワードとなるハッシュタグを入れ込みます。

【ワンポイント】
2つ目のコメントをタップしてもらい、
すぐに問い合わせが出来るようにします。



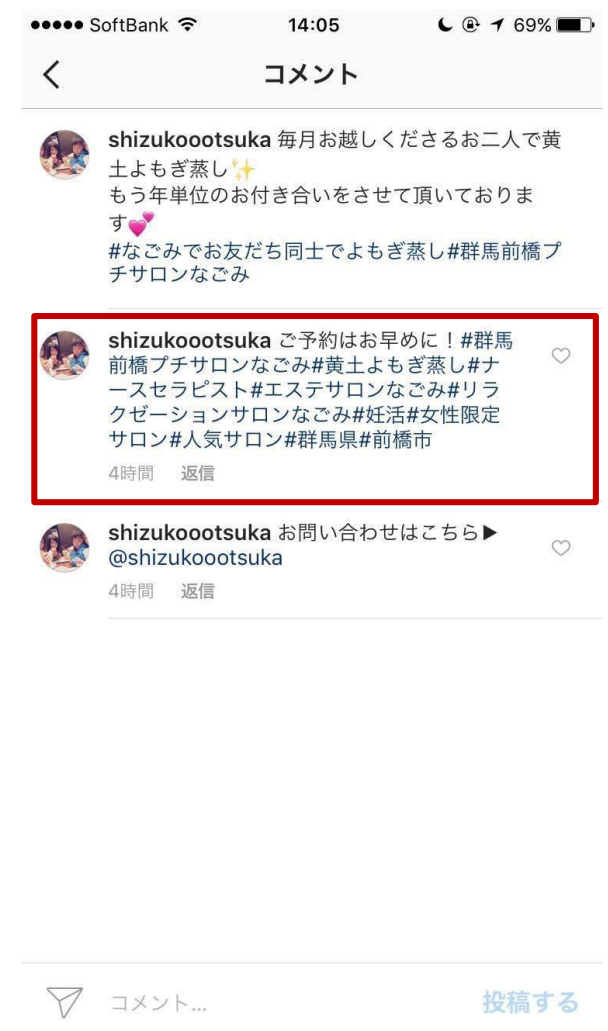


◆正しいハッシュタグのつけ方

コメント1個目に ハッシュタグを入力

コメント1個目のハッシュタグも本投稿に有効です。
素早くここにハッシュタグを30個程度、入力！
みんなが検索するであろうキーワードを意識してつける。

【ワンポイント】
スマホのメモ帳などにハッシュタグを作っ
ておき、コピペすると◎





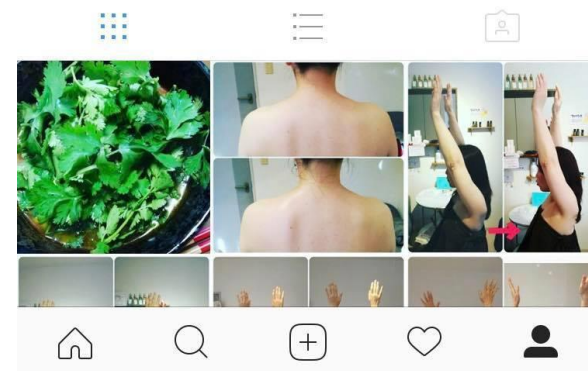
◆正しいハッシュタグのつけ方

コメント 2 個目は
「お問い合わせはコチラ▶+@ID」

コメント 2 つ目は重要です！
ここからプロフィールページに
飛んでもらうことで問い合わせにつながましょう



【ワンポイント】
「お問い合わせはこちら▶ (スペース) @自分のID」
IDはアカウントページの一番上に表示されています。



コメント... 投稿する



◆正しいハッシュタグのつけ方

リンクURLが有効なのは
プロフィールページのみ！

インスタでは、通常の投稿部分にブログやホームページのURLを入れてもリンクとしては有効になりません。URLの文字列が入るだけです。



毎回の投稿から
【プロフィールページ】を
見てもらうことが集客への最重要事項！



「お問い合わせはこちら▶ (スペース) @自分のID」でプロフィールページへ！



～ハッシュタグを作ろう～

◆良客が集まるハッシュタグ



【集客のカギ】 ハッシュタグを意識する

- **地名** (店舗系なら)
- **業種** • **状態**
- **悩みのキーワード**

【ワンポイント】

博多でアロマサロンを探しているお客さん

ハッシュタグは

「#アロマサロン博多」

「#博多アロマサロン」、「#アロマ博多」

さらに濃い見込み客を集めるなら…

+人気 +プライベートサロン +都度払い

+肩こり改善 +リフトアップ +カード払い

「#博多アロマサロン人気」

「#博多アロマサロン肩こり改善」

◆良客が集まるハッシュタグ



【住福の場合】

【独自系】

自分を表すもの

- 1、住福純
- 2、自分ブランド構築

【書換え系】

その時の投稿に合うもの

- 23、セミナー集客
- 24、SEO対策
- 25、リザーブストック

【人気&検索系】

人気があるキーワードや、検索されていそうなキーワード

- | | |
|-------------------|------------------|
| 3、起業コンサルタント | 15、マーケティングコーチ |
| 4、集客コンサルタント | 16、サロンコンサルタント |
| 5、売上アップコンサルタント | 17、教室コンサルタント |
| 6、売上コンサルタント | 18、コンサルのコンサルタント |
| 7、ビジネスコーチ | 19、コーチコンサルタント |
| 8、コンサルタント | 20、カウンセラーコンサルタント |
| 9、起業プロデューサー | 21、エステコンサルタント |
| 10、起業プロデュース | 22、ブログコンサルタント |
| 11、福岡コンサルタント | |
| 12、ビジネスコンサルタント | |
| 13、ブランディングコンサルタント | |
| 14、マーケティングコンサルタント | |



～ビジネスプロフィールへの切替え～



◆ビジネスプロフィールへの切替え

アカウント切り替えで

- ・「アクセス解析」が見れる
- ・「問合せ」関連ボタン設置
- ・「広告」が使える

【ワンポイント】
ビジネスプロフィールへの切り替えは
Facebookページのアカウントがないと不可





◆ビジネスプロフィールへの切替え

インスタ内での広告が可能

【ウェブサイトアクセス】

- ・詳しくはこちら
- ・他の動画を視聴
- ・購入する
- ・予約する
- ・アカウント登録
- ・お問合せ

【電話または来店】

- ・今すぐ電話
- ・道順を表示

※FB広告に似ています！

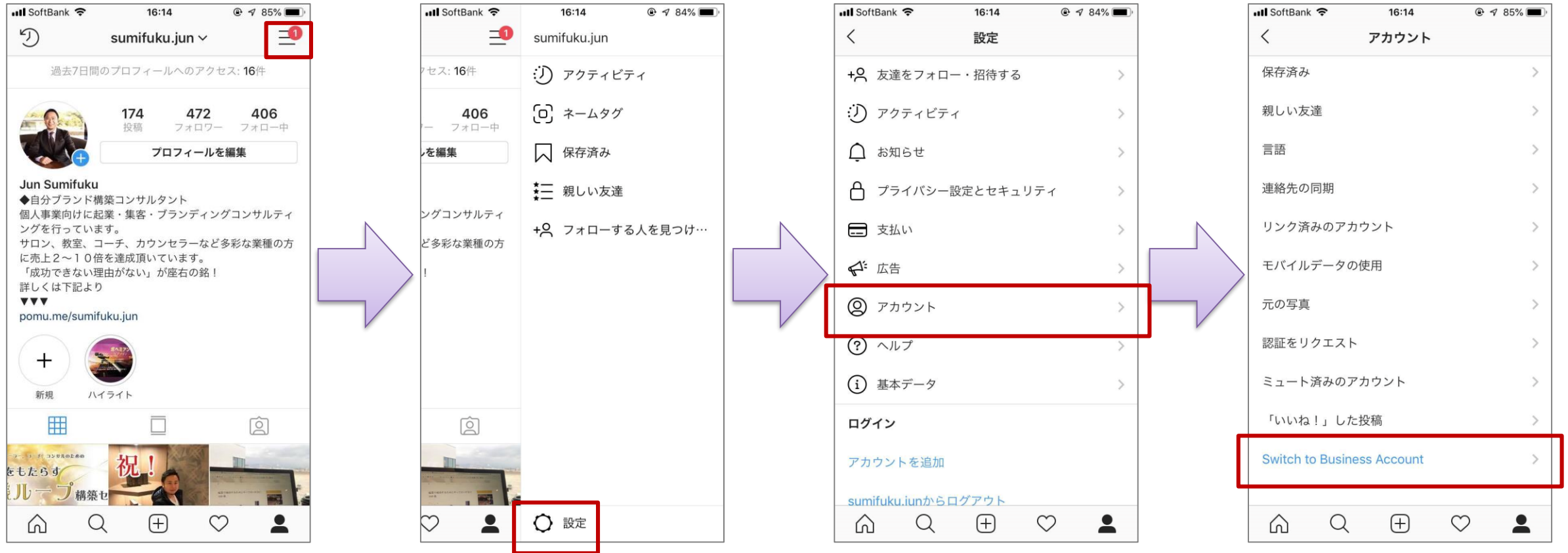
【ワンポイント】

カスタムオーディエンスで
地域、趣味・関心、年齢層、性別を
絞ることが可能なので効率的！





◆ビジネスプロフィールに切替え！



アカウントページ右上のオプションボタン→設定→アカウント→ビジネスアカウントに切替える



～プロフィールページの魅せ方～



◆プロフィールページの魅せ方

見やすさや導線を意識！

プロフィールページの文字がずらーっと繋がっていると非常に見にくいです。

特徴を捉えて簡潔にポイントを伝えること。
下指アイコンなどを入れて問い合わせへの導線を作りましょう。

【ワンポイント】
アプリだと改行が上手くいかないことがあるので、プロフィールページの修正は、パソコンで作業するほうがいいです！





◆プロフィールページの魅せ方

リンク先は一つなので

- POMU.ME
- LinkTree を設定！

【ワンポイント】

上記システムは複数のリンクを表示できるサービスです。

メルマガやイベント、募集中のサービスなど並べておきましょう。





～見られる率がアップする方法～



◆【見られる率がアップ】する方法

積極的に動画を撮る！

動画で、
料理の熱々感を伝える。
マッサージの気持ちよさを伝える。
腹筋や背中トレーニングのやり方を伝える。

写真以上に【感情が動く】のが動画です！

【ワンポイント】

人の印象を決める要素「メラビアンの法則」
に則ると、動画の重要性が分かります！

内容

・言葉の意味

7%

聴覚

・声の質
・大きさ
・速さ
・口調

38%

視覚

・見た目
・しぐさ
・表情
・服装

55%

【メラビアンの法則】



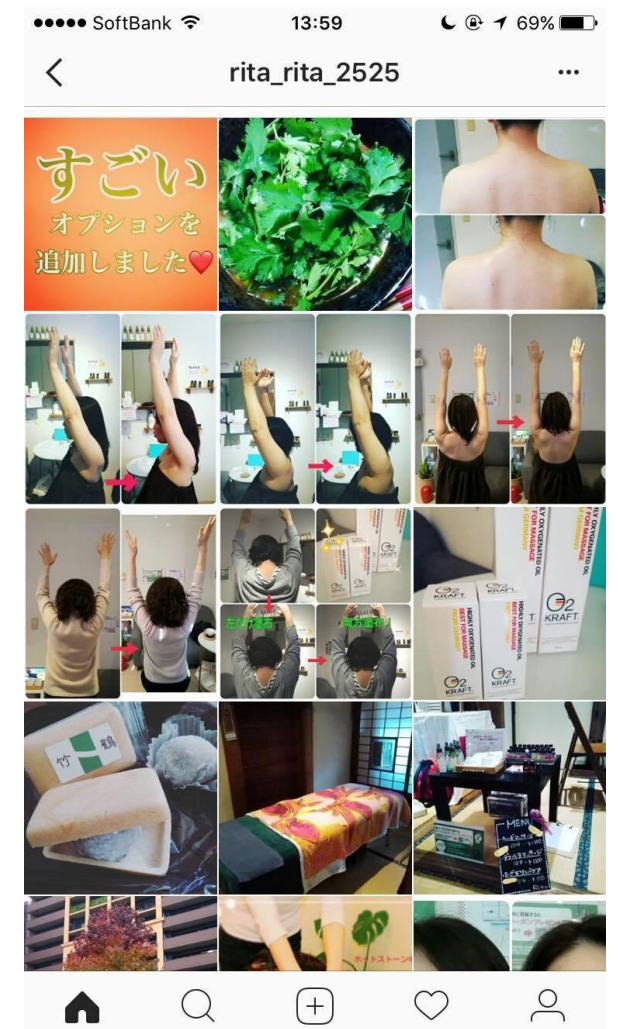
◆【見られる率がアップ】する方法

文字バナー投稿を活用！

写真ばかりの中に一つ文字バナーがあると、とっても目立ちます！

毎回文字バナーにする必要はありませんが、特に見てもらいたいタイミングで文字バナー投稿をすると、見られる率がアップします！

【ワンポイント】
文字バナーはスマホアプリやパワーポなどで作るといいです！次ページ参照！





◆【見られる率がアップ】する方法

横スライドを活用！

文字で惹きつけ興味を沸かせる！

①写真と文字



②文字



③文字



④動画or写真





◆【見られる率がアップ】する方法

文字バナーの作り方

スマホアプリの

Phontoがオススメ！

【ワンポイント】 Phontoは文字バナーだけでなく写真と文字を組み合わせた通常のバナーも簡単に作れます。（なんとブログヘッダーも作成可能！）



<http://www.appbank.net/2016/05/27/iphone-application/1208781.php>



～フォロワーの増やし方～



◆フォロワーの増やし方

大きく3つあります。(アメブロと同じ)

- ユーザー間での交流から → 攻め
- 検索 (ハッシュタグ) → 待ち
- 紹介 → 待ち



◆フォロワーの増やし方

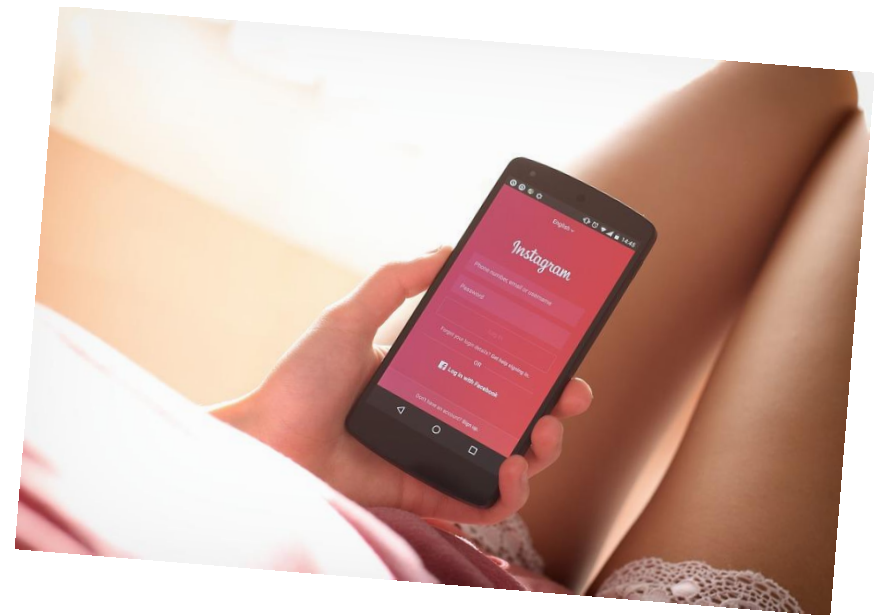
ユーザー間での交流から獲得！

①ポスト（投稿）

②いいね！

③フォロー

どれくらい
いけばいいの？





◆フォロワーの増やし方

どれくらい増やしたいかで作業量も変わる。

【増やす人数】

【フォロー/いいねの数】

月100人	→	1日	5人
月300人	→	1日	20人
月500人	→	1日	30人
月1000人	→	1日	60人

どんな人に
いけばいいの？

◆フォロワーの増やし方

興味がある人に
効率的に！
アプローチ！

【誰のフォロワーか】

- ①同業者のフォロワー
- ②同業界の会社や雑誌のフォロワー

【タグから考える】

- ③自分と同じハッシュタグ
- ④自分に興味がありそうな人が使うタグ

フォロワーや
いいねが少ない人
(最新・最近の投稿)
が狙い目



～アカウントの追加方法～

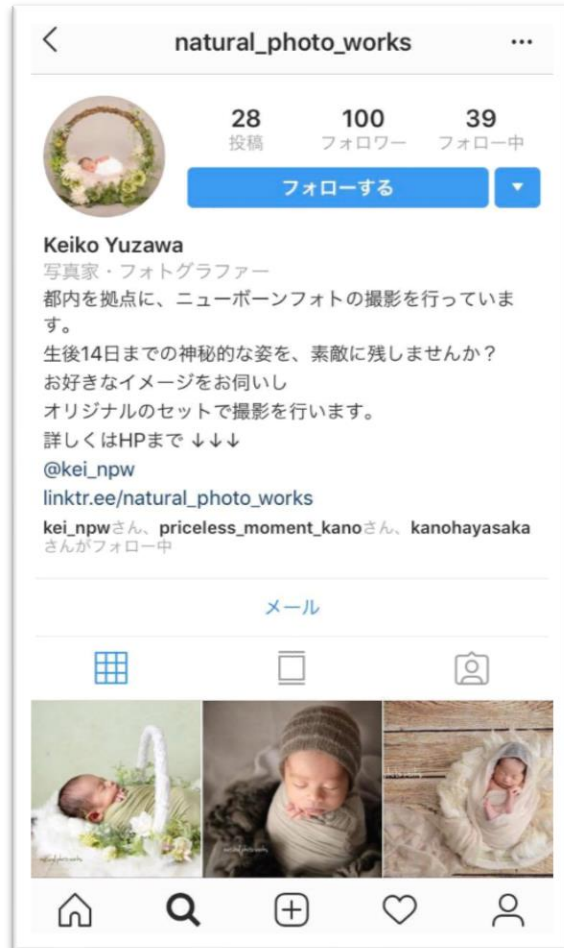


◆ アカウントの追加方法

「登録はこちら」のあとは、手順に沿ってアカウントを追加ください。



ターゲット層に分けて アカウントを使い分けるのも大事！



左は
オールジャンル
右は
専門ジャンル

※フォトグラファーや美容室などは
ギャラリーとしてもインスタ活用！



～おさらい～
特に重要な3点

① ハッシュタグのつけ方を見直そう！

よくある例

投稿TOP部分に

ハッシュタグを沢山入れる

▶ **ここをタップされると他人の投稿へ送客してしまう可能性が！**



◆正しいハッシュタグのつけ方



【正しい手順】

- ① TOP投稿のハッシュタグは2, 3個でOK。タグなしでもOK
- ② 投稿完了後、すぐにコメントを2つ書く
- ③ 1個目にハッシュタグを30個程度入れる
- ④ 2個目は「お問い合わせはこちら▶ (スペース) @自分のID」

② ビジネスプロフィールに切り替えよう！

アカウント切り替えで

- ・「アクセス解析」が見れる
- ・「問合せ」関連ボタン設置
- ・「広告」が使える

【ワンポイント】

ビジネスプロフィールへの切り替えは
Facebookページのアカウントがないと不可
POMU.MEやLinkTreeも活用しましょう！



③ いいねやフォローを送ろう！

【増やす人数】

【フォロー/いいねの数】

月300人 → 1日 20人

月500人 → 1日 30人

どんな人に
いけばいいの？

- ① 同業者のフォロワー
- ② 同業界の会社や雑誌のフォロワー
- ③ 自分と同じハッシュタグ
- ④ 自分に興味がありそうな人が使うタグ

質疑応答タイム



【休憩】





LINE@を使って リピートと売上200%アップ



信頼を築いていくステップマーケティング



メルマガ&LINE@集客

◆ メルマガ

お客様のメールアドレスに直接届くもの。

Webでは結局メルマガが**不動の最強集客術**



メルマガ&LINE@集客

◆ LINE@

メルマガみたいなLINE。

一斉配信も出来て個別でのやりとりもできる。

メルマガと違い100%届き、文字化けもしない！



メルマガ&LINE@集客

◆メルマガとLINE@の違い



情報系職種向き

LINE@

店舗系職種向き

一言でいうと…

信頼構築や
意識改革向き

一人一人を
濃いファンにするツール

案内や連絡の
ためのツール

お店や自身の
コミュニティを作るツール

メルマガ&LINE@集客

◆メルマガとLINE@の違い

オススメの業種



情報系職種

コンサル、コーチ、パーソナルスタイリスト
カウンセラー、スピリチュアル



店舗系職種

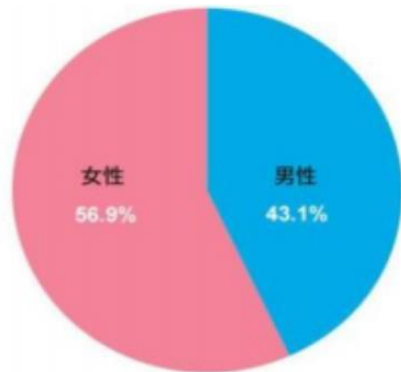
サロン、飲食、教室、物販、院系、占い

LINE@集客術

LINEは女性ウケがよく、30代以上のユーザーも非常に多い! 60代以上も◎

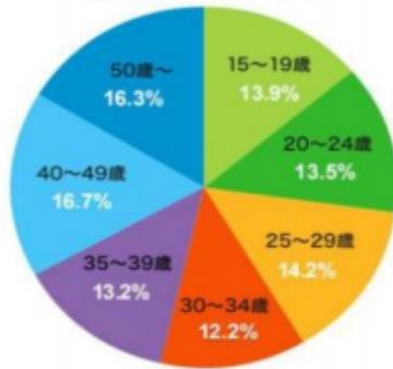
性別

男女比はやや女性が多い



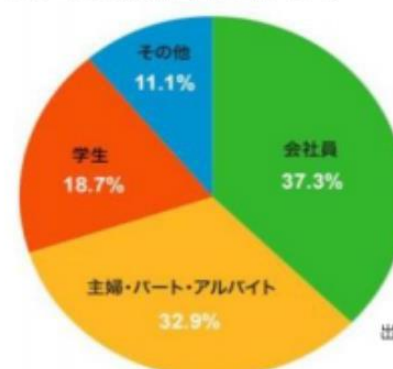
年齢

幅広い年齢層に利用されています



職業

会社員がもっとも多く、
ついで主婦や学生が多い



56.8%
が30代以上!

出典元：マクロミル社・インターネット調査
(2014年7月実施/全国15~69歳のLINEユーザーを対象サンプル数2,078)

オススメしているのは…

× LINE

○ LINE@

LINE@集客術

LINE@ とは…

飲食店や美容室、小売店、ECなどの
企業、法人、個人が使える

LINEのビジネスアカウント

LINE@集客術

LINE@ とは…

2019年春(4/18)、「LINE@」は「LINE公式アカウント」
「LINE ビジネスコネク」 「LINE カスタマーコネク」と統合し、
名称が「LINE公式アカウント」になります。

LINE@って何ができるの？

- ①登録者への一斉配信 (メルマガ的な機能)
- ②登録者との1対1のやりとり (LINEと同じ機能)
- ③ホーム投稿機能 (Facebook的な機能)

LINE@集客術

LINE@ って何が出来るの？

●タイムラインの活用

Facebookや

インスタは見ないけど

LINE@のタイムラインは見る

という人のために投稿します！



LINE@ って何が出来るの？

用途としては…

新規よりリピートに強い!!

LINE@集客術

◆LINE@の便利ポイント

LINE@は

開封率が高い、プッシュ通知機能がGood!

LINE@

LINE@集客術

◆LINE@の便利ポイント

プッシュ通知機能って？

スマホのホーム画面にお知らせ情報が表示される機能。



LINE@集客術

LINE@



メルマガと違い…

- 100%届く
- 文字化けしない

LINE@集客術

LINE@

LINE内で簡易HP が持てます。 (WEB検索にはかからない)



基本機能

電話	通常電話番号・LINE電話
友だち登録	友だち登録ボタン
共有	友だちへの共有機能

掲載可能な情報

アカウント 基本情報	<ul style="list-style-type: none">・アカウント名・住所・電話番号・営業時間・地図・アクセス情報・イメージ画像・サービス項目・アカウント紹介文・URL 等
クーポン	クーポン掲載可能
求人情報	LINE上で問い合わせを受け付ける場合は1:1トークをONにしておく必要があります

※一般アカウントのアカウントページはLINE内でのみ作成され、インターネット上にページは作成されません。また、LINE上の検索結果には表示されません。友だちになったユーザのみが、ホーム画面よりアクセスが可能です。

LINE@集客術

LINE@

7種類もの
メッセージ機能
→プッシュ通知で
開封率が高い



メッセージ
(テキスト・絵文字)



クーポン



リッチメッセージ※
(画像リンク)



タイムライン



画像



スタンプ



リサーチページ
(投票・アンケート)



※リッチメッセージは有料プラン限定の機能となります。

LINE@集客術

LINE@の管理方法

● 普段はLINE@アプリでOK



アプリをダウンロードして、
自分のLINE IDでログインするだけ！

LINE@集客術

● LINE@マネージャーもある



<https://admin-official.line.me/> (スマホからもOK)

- LINE@マネージャーと
LINE@アプリの管理の違い

普段使いでは
さほど差はありません。

LINE@集客術

● 最初にやること

アカウント情報や
写真を入力！

▶ 簡易HPの内容



LINE@集客術

● 最初にやること

LINE@マネージャー

PC・スマホ共に
「アカウントページ」
から入力します。

【必須項目】
写真、基本情報、アカウント紹介、
アクセス、メニュー

LINE@ MANAGER

1000 有料プラン登録のご案内 1:1トークモード有効

自分ブランド構築
@hkg1650w
友だち 66

メッセージ作成

ホーム投稿

1:1トーク

メッセージ

ホーム

クーポン・イベント作成

ショップカード

アカウントページ

カバーデザイン

プラグイン表示設定

アカウント紹介

アクセス

基本情報

メニュー/アイテム

写真

経歴・ディスコグラフィ

求人情報

カバーデザイン

NEXT INNOVATION

友だち 66

ロゴ

カバー画像

ボタン

ロゴの変更

アップロードするPNGファイルのサイズは、150×150px以上、10MB以下にしてください。

NEXT INNOVATION

LINE@集客術

● 最初にやること

PC・スマホ共に
「アカウントページ」
から入力します。

【必須項目】

写真、基本情報、アカウント紹介、
アクセス、メニュー

LINE@アプリ



● 最初にやること

LINE@マネージャー

表示させたいものは
「プラグイン表示設定」
からチェックを入れます。

LINE@ MANAGER

1000 有料プラン登録のご案内 1:1トークモード有効 住福 純さん

自分ブランド構築
@hkkq1650w
2.66

メッセージ作成

ホーム投稿

1:1トーク

メッセージ

ホーム

クーポン・イベント作成

ショップカード

アカウントページ

プラグイン表示設定

アカウント紹介

アクセス

基本情報

メニュー/アイテム

写真

経歴・ディスコグラフィ

求人情報

プラグイン表示設定

プラグイン表示設定

https://page.line.me/hkkq1650w

<input checked="" type="checkbox"/> ショップカード	編集	<input type="checkbox"/> クーポン	編集
<input checked="" type="checkbox"/> タイムライン	編集	<input type="checkbox"/> メニュー/アイテム	編集
<input type="checkbox"/> 写真	編集	<input checked="" type="checkbox"/> アクセス	編集
<input checked="" type="checkbox"/> 基本情報	編集	<input type="checkbox"/> 経歴・ディスコグラフィ	編集
<input checked="" type="checkbox"/> アカウント紹介	編集	<input type="checkbox"/> 求人情報	編集
<input checked="" type="checkbox"/> おすすめアカウント		<input checked="" type="checkbox"/> 広告	

プレビュー 保存

● 最初にやること

表示させたいものは
「プラグイン表示設定」
からチェックを入れます。

LINE@アプリ



LINE@集客術

● 最初にやること

1対1でメッセージのやり取りが出来るようにトークモードをオンにする。

LINE@アプリ



LINE@集客術

● クーポンを作る！

- LINE@の登録率が上がる
- 新規やリピートに繋がる



● クーポンの作り方

自分ブランド構築
@hkq1650w
👤 30

メッセージ作成

ホーム投稿

1:1トーク

メッセージ

ホーム

クーポン・イベント作成

クーポン

抽選ページ

PRページ

リサーチページ

クーポン

クーポンを作成することができます。作成したクーポンはメッセージやタイムラインなどに投稿したり、アカウントページへ表示することができます。

新規作成

クーポンタイトル	有効期間	作成日時	開封数	使用数	共有 (トークタイムライン)	複製/削除
----------	------	------	-----	-----	----------------	-------

③
新規作成

①クーポン・イベント作成
②クーポン

● クーポンの作り方

新規クーポン作成

クーポンの内容を設定してください。

プレビュー 保存

クーポンタイトル *	<input type="text" value="0/50"/>
メイン画像	<input type="button" value="アップロード"/> <small>png, jpg形式のファイル。最大10MB。画像サイズが大きい場合、読み込みに時間がかかることがあります。</small>
クーポンタイプ	その他
有効期間 *	2016-06-10 00:00 ~ YYYY-MM-DD 00:00 <small>タイムゾーン: UTC+09:00 タイムゾーンを変更する</small>
クーポンコード	<input type="checkbox"/> 表示しない <input checked="" type="checkbox"/> 表示する <input type="text" value="0/16"/>
使用可能回数	<input checked="" type="checkbox"/> 一回限り <input type="checkbox"/> 有効期間中何回でも
公開設定	<input checked="" type="checkbox"/> 公開 <small>ユーザーがトークやタイムラインであたりに共有できるようになり、有効期限が近いものがアカウントページへ掲載されるようになります(アカウントページへのクーポン表示は、アカウントページの設定で出さないようにすることもできます)。</small> <input type="checkbox"/> 非公開 <small>ユーザーがトークやタイムラインで共有できなくなり、特定のユーザーに限定したクーポンとして使用できるようになります。抽選ページやリサーチページの特典としても利用することができます。</small>
使用条件	<div style="border: 1px solid #ccc; height: 100px; width: 100%;"></div> <p style="text-align: right;">0/500</p>

保存後、コンテンツを配信するには「メッセージ」>「新規作成」から「クーポン」を選択して添付してください。

プレビュー 保存

- ① 必要事項を入れる
- ② 必ず画像を入れる



● クーポンの作り方

スマホアプリの場合は
「管理」→「クーポン」
から入力します。

PCと同じように、必要事項や画像を
入力していきましょう。



- クーポンの反応を上げるには
必ず画像を入れること！目で訴える！

【クーポンを作るオススメアプリ】

- Phonto
- LINEカメラ



→ 画像と文字を組み合わせられるのが◎

● クーポンの反応を上げるには 【クーポンを作るオススメアプリ】

• Phonto



→ 画像とおしゃれな文字を
組み合わせせて簡単に作れます。



● 新規集客に使うコツ

登録者メリットを提示して集客

登録感謝クーポンなどで
値引きや+αのサービスをおこなう。

→ 来るキツカケ、来店ハードルを下げる



● 新規集客に使うコツ

登録者メリットを提示して集客

LINE@限定の
裏メニューをつくる。

→ 登録者だけの特別感を演出



● リピートを起こすポイント

メッセージ、タイムラインで案内

新商品、新サービス、
クーポンなどで「思い出してもらおう」

→ 頻度は1週間に1~2回ほど。頻度が多いとブロックされる可能性アップ

● リピートを起こすポイント

メッセージ、タイムラインで案内

おすすめの送る内容

1位 ノウハウ、お悩み解決情報

2位 お客様の声 (ビフォアアフター、反応のある写真)

3位 新着情報 (キャンペーン情報、空き状況、雨の日限定、レディースデイなど)

●友達の増やし方

1にリアル。2にブログ

基本はお店で案内！
口頭での案内が一番。
誘導POPも上手に使う。



設置は玄関、受付、お手洗い、くつろぎスペース、鏡のあたりなど何か所も！

LINE@集客術

●友達の増やし方

1にリアル。2にブログ

イベント出店は
リスト取りが目的です！
登録を促す割引が効果的！



●友達の増やし方

1にリアル。2にブログ

殺し文句は…

LINE@限定のクーポン
お得情報を配信します！



●友達の増やし方

1にリアル。2にブログ

さらなる殺し文句は…
ビフォアアフターを
送りますよ！



●友達の増やし方

1にリアル。2にブログ

ブログやHPでの案内。

- ・記事内
- ・サイドバー
- ・プロフィールページなど

LINEで問合せ可能!
というのも効果的

ライン@はじめました♪
ご登録いただくと500円引きクーポンが届きます!



LINE Add Friends

LINE@集客術

● ブログ、HPへの設置

LINE@マネージャー

①アカウント設定

②基本設定

③QRコード

④友達追加ボタン

→③、④をブログに貼り付け

The screenshot displays the LINE@ Manager interface. On the left is a navigation menu with options like '自分ブランド構築' (Self-brand building), 'メッセージ作成' (Message creation), 'ホーム投稿' (Home post), '1:1トーク' (1:1 chat), 'メッセージ' (Message), 'ホーム' (Home), 'クーポン・イベント作成' (Coupon/Event creation), 'ショップカード' (Shop card), 'コマース' (Commerce), 'アカウントページ' (Account page), '統計情報' (Statistics), 'アカウント設定' (Account settings), '基本設定' (Basic settings), and 'ログインユーザー管理' (Login user management). The '基本設定' (Basic settings) option is highlighted with a green circle ②. The main content area shows '基本設定' (Basic settings) with a sub-header '友だちリスト画面やトーク画面、ホームに表示される情報を設定します。' (Set information displayed on the friend list screen, chat screen, and home). There are three main sections: 'ステータスメッセージ' (Status message) with a '保存' (Save) button; 'プロフィール' (Profile) with an '編集する' (Edit) button; and 'QRコード' (QR code) with a QR code image and a green circle ③. Below the QR code is a text input field containing HTML code: ``. The '友だち追加ボタン' (Add friend button) section has a green circle ④ and a text input field containing HTML code: ``. A green arrow points from the HTML code in the '友だち追加ボタン' section to a text box at the bottom right.

基本設定

友だちリスト画面やトーク画面、ホームに表示される情報を設定します。

ステータスメッセージ

プロフィール

QRコード

友だち追加ボタン

このHTMLをコピーし
ブログ、HPに貼り付ける

LINE@集客術

● ブログ、HPへの設置

LINE@アプリ

① フォロワーを集める

② QRコード

③ 友達追加ボタン

→②、③をブログに貼り付け



●登録している友達を把握するコツ

友達追加時に、メッセージをもらおうと◎

LINE@の仕様上、メッセージを一度でも貰えたと、その人が登録していることを把握できる。

→追加を押すと、友達リストに表示



LINE@集客術

●登録している友達を把握するコツ

LINE@マネージャー

- ①メッセージ
- ②友だち追加時あいさつ
- ③テキスト
- ④こんな文章を入れる



⑤保存も忘れずに！

→ それと、このトークにそのままなにか返信下さい(^~)
メッセージでもスタンプでも大丈夫です。よろしくお願いします。

LINE@集客術


自分ブランド構築
@hkq1650w
品 30

メッセージ作成
ホーム投稿
1:1トーク

メッセージ ①
投稿一覧
新規作成
自動応答メッセージ
キーワード応答メッセージ ②
友だち追加時あいさつ

ホーム
クーポン・イベント作成
ショップカード
コマース
アカウントページ

友だち追加時あいさつ

ユーザーが友だち追加を行った際に自動で送信されるメッセージです。

テキスト

友だち登録ありがとうございます(happy)
通知が多いと感じた方は、この画面内のトーク設定より「通知」をOFF(試してみてくださいね(ok))

絵文字

テキスト ③

それと、このトークにそのままなにか返信下さい(^_^)
メッセージでもスタンプでも大丈夫です。よろしくお願いします。 ④

絵文字

ドラッグでもっていける。

テキスト スタンプ 画像
クーポン 抽選ページ PRページ

※クーポンもあります！

1度に5つまでメッセージを送信できます。送信するメッセージを選択してください。

プレビュー **保存** ⑤保存も忘れずに！

LINE@集客術

●登録している友達を

LINE@アプリ

- ① 応答モード
- ② 友だち追加時あいさつ
- ③ テキスト
- ④ こんな文章を入れる

→ それと、このトークにそのままなにか返信下さい(^~)
メッセージでもスタンプでも大丈夫です。よろしくお願いします。



● 有料版と無料版の違い

利用プラン				
ご利用中のプラン フリー				
月額プラン	メッセージ/月	ホームへの投稿/月	ログインユーザー数	追加機能
● 利用中 フリー ¥0/月	1000通 (1通=1吹き出し) / 月	4	20	
● ベーシック ¥5,400/月	無制限 (5000人まで※)	無制限	100	・リッチメッセージ
● プロ ¥21,600/月	無制限 (100000人まで※)	無制限	100	・リッチメッセージ ・ターゲット指定メッセージ ・統計情報 (年齢、性別、地域)
● プロ(API) ¥32,400/月	無制限 (100000人まで※)	無制限	100	・リッチメッセージ ・ターゲット指定メッセージ ・統計情報 (年齢、性別、地域) ・Messaging API (Push API含む)

- ・メッセージ配信数
- ・タイムライン投稿数
- ・リッチメッセージの有無

**無料だとメッセージは
月1000通まで！**

メッセージはテキストで1通、画像で1通と数えられるので 文字と画像を送ると、1通+1通=2通 とカウントされます。(100人に文字と画像を送ると200通)

● 有料版と無料版の違い

タイムラインの投稿可能数

無料版は月4回まで！

※メッセージを送ったら自動的に
タイムライン投稿になっている場合は回数に注意！



● 有料版と無料版の違い

メッセージ	○	○
タイムライン	○	○
リッチメッセージ	×	○
1:1トーク	○	○
アカウントページ	○	○
アカウントページ内の 広告枠 / おすすめ枠の非表示	×	○
クーポン機能	○	○
リサーチページ	○	○
LINE ショップカード	○	○
LINE グルメ予約		認証済みアカウントの飲食店カテゴリのみ対応
コマース (通販機能)		販売価格の4.98%が手数料
統計情報	○	○

【リッチメッセージ】
テキストと画像を組み合わせ
その画像にリンクを貼れる
有料版だけの機能。
HPやブログに飛ばせる。



あとはそんなに変わらないので
登録人数が多くならない限り
無料版でもOK!

● 4月18日からシステムが変わる!

プラン		フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン	
新プラン (概要)	月額利用料	0円	5,000円	15,000円	
	メッセージ配信数(無料分)	1,000通	15,000通	45,000通	
	追加メッセージ料金	追加購入不可	5円/1通	~3円/1通	
	タイムライン投稿	すべてのプランで無制限			
	機能(抜粋)	友だち属性表示 / ターゲティングメッセージ	すべてのプランで 使用可能		
		リッチメッセージ			
		リッチメニュー			
		リッチビデオメッセージ			
		動画メッセージ			
		音声メッセージ			
クーポン機能					
1:1トーク					
アカウントページ					
LINE ショップカード					
オプション	プレミアムID	1,200円/年			

無料版でも
出来ることが
凄く増えます!

LINE@内でID検索が
できるようになる有料アカウント

● 狙い目の配信日時

サービス業は金曜夕方！

週末なにしよう…

という心理に働きかける！

● 狙い目の配信日時

情報系は月～木の夜配信

ゆっくりとした時間帯に配信。

週末は開封率ダウンします。

★ まとめ

- ① 週1~2の頻度で全体配信 (メッセージ)
- ② ホーム投稿 (タイムライン) も活用
- ③ アカウントページを作りこんでおく
- ④ 友達はリアルで積極的に増やす
- ⑤ 登録者とコミュニケーションを!

質疑応答タイム



以上

おつかれさまでした。

【次回開催：4月10日】



7回目 広告＋チラシ＋プレスリリース、セミナー＋イベント集客

「店舗）広告＋チラシ＋プレスリリース」（午前）

- ・小さい広告投資で一気に新規集客！5つの方法
- ・無料でTV、新聞、雑誌から取材されるプレスリリースの書き方
- ・取材を売上に変える魔法のレバレッジ

「情報）セミナー＋イベント集客」（午後）

- ・イベント、お茶会、セミナーの違い
- ・イベントやセミナーを即日満席にする方法
- ・セミナーからバックエンドに繋げる5つの秘密

