

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公式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

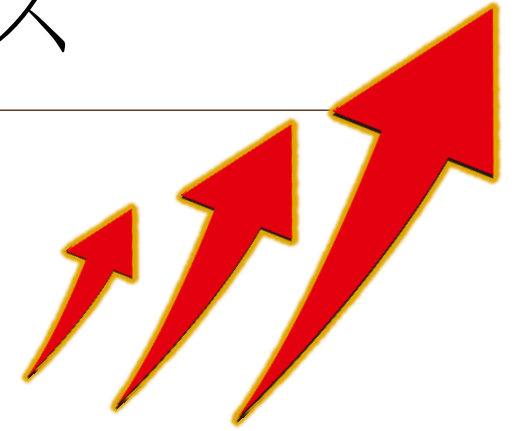




前回のおさらい



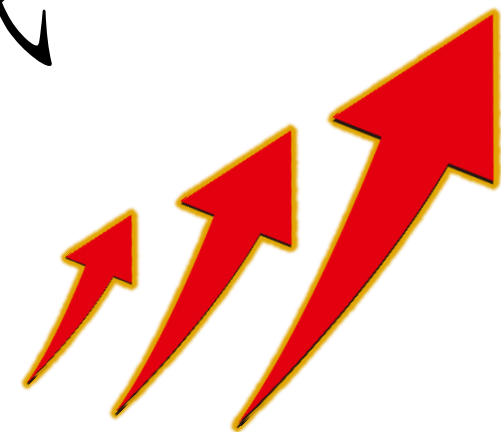
第五回 バックエンド作成 & セールス



- 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



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)

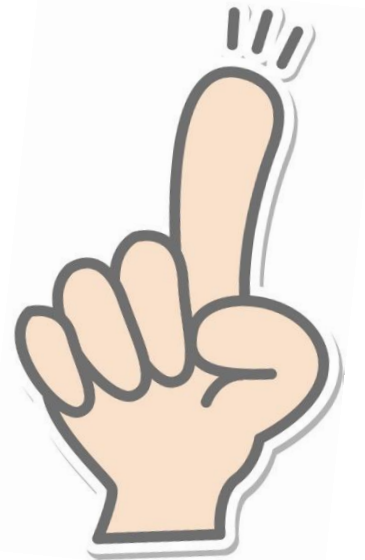
③ BE企画(ブランディングワーク5)

【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%

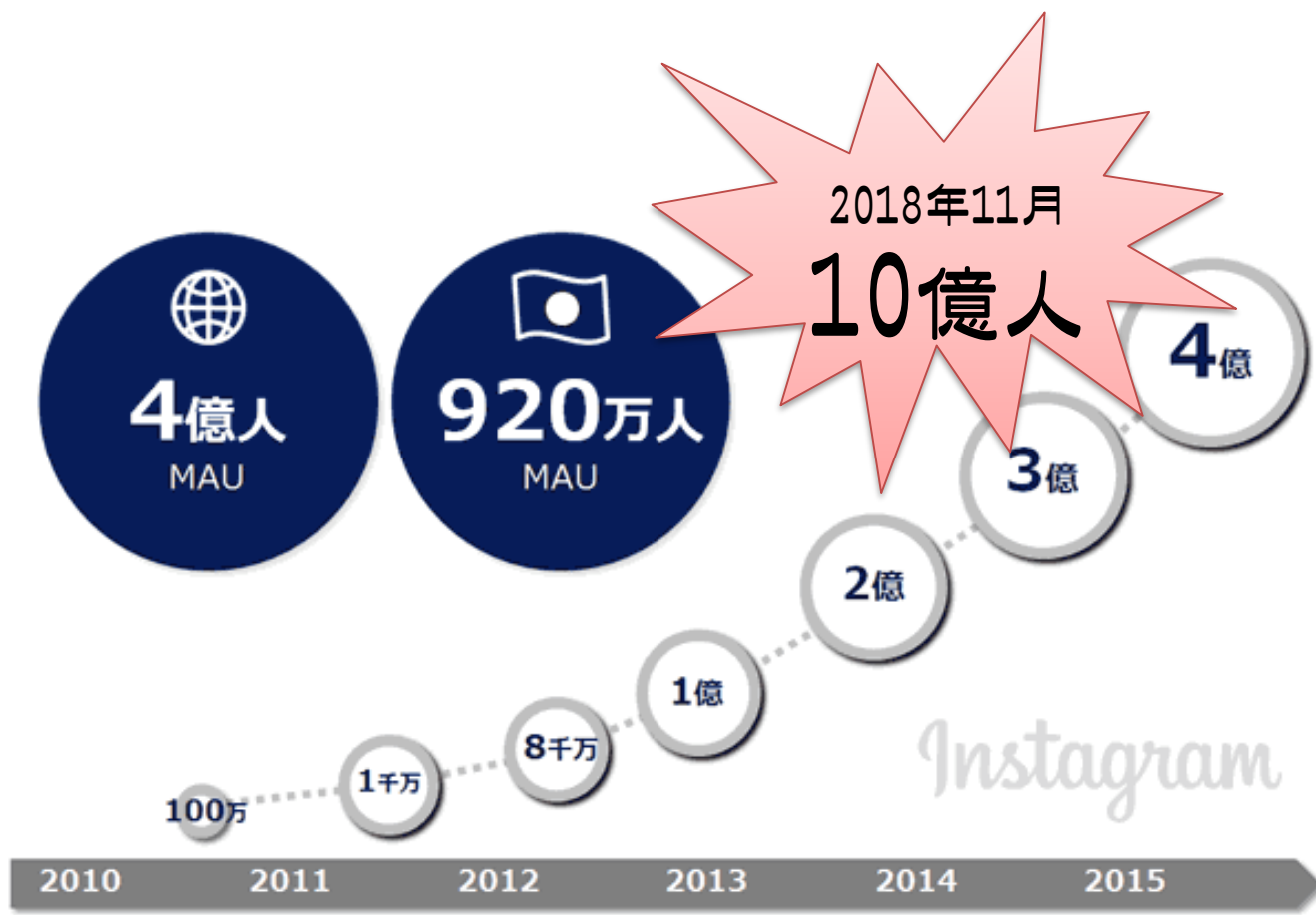


Totems による

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）にこだわりました。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20~30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。



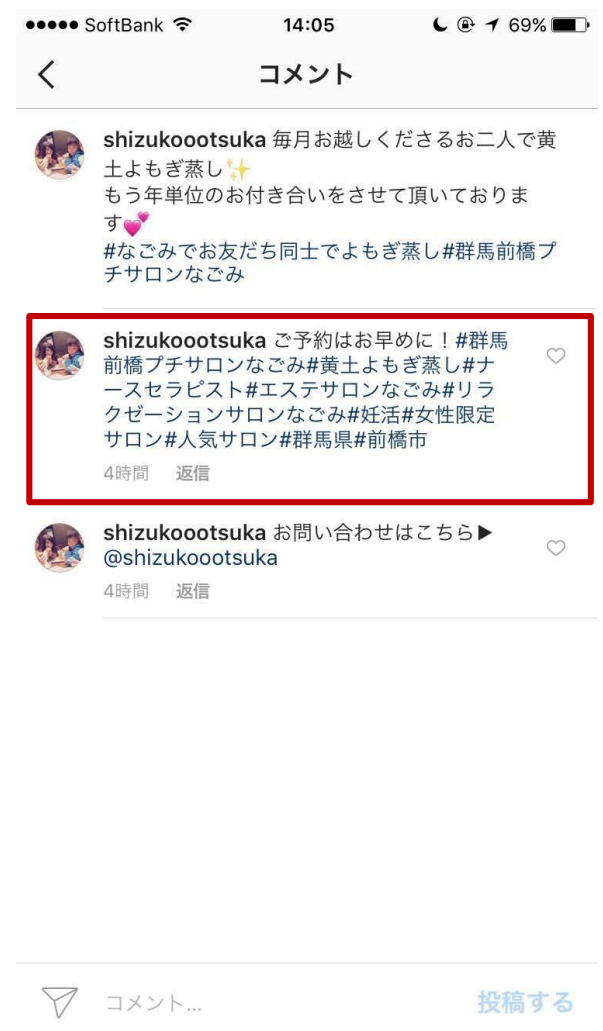


◆正しいハッシュタグのつけ方

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◎





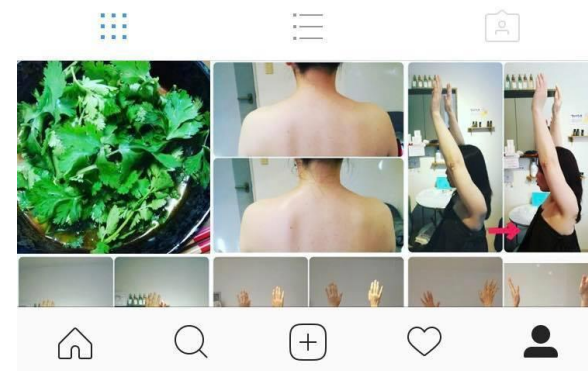
◆正しいハッシュタグのつけ方

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」

★ターゲットが普段の生活でどんなキーワードを使ってる？

◆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

・ 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】



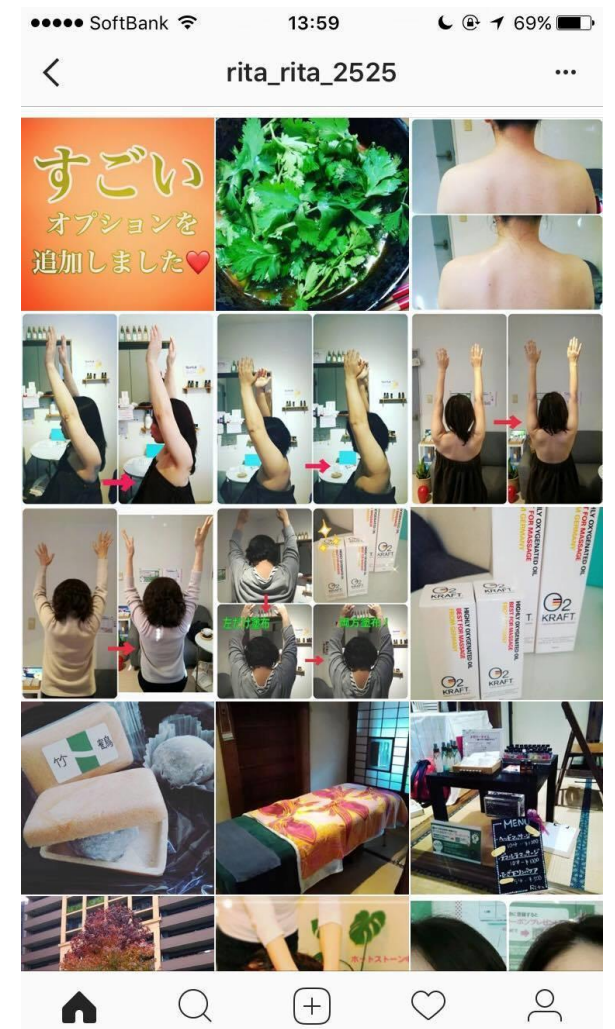
◆【見られる率がアップ】する方法

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

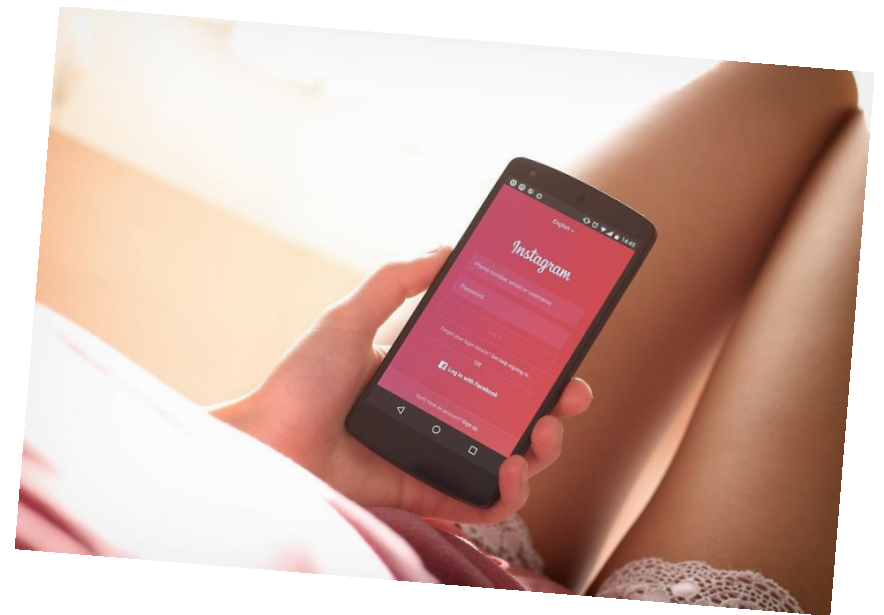
ユーザー間での交流から獲得！

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～

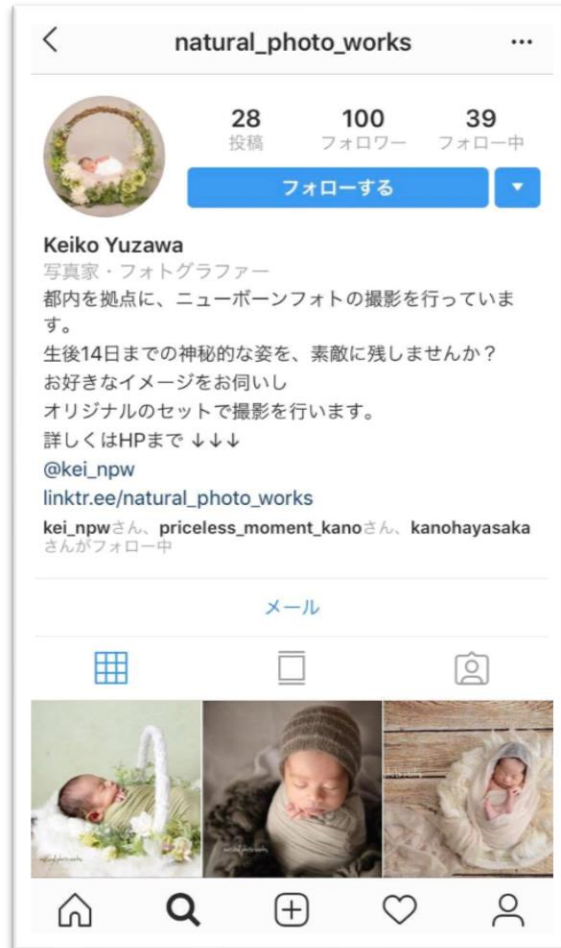


◆ アカウムの追加方法

「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」を見れる
- ・「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公式を使って 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公式集客

◆ 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公式集客

◆ LINE公式

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公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い



情報系職種向き



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公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

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公式集客術

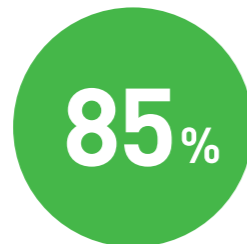
LINEは女性ウケがよく、30代以上のユーザーも非常に多い! 60代以上も◎

LINEのユーザーって？

01 LINEの利用者数



日本の人口の62.3%

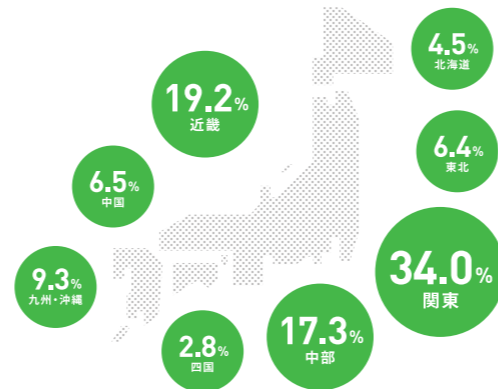


毎日利用している
日本国内のユーザー

LINEのユーザー数は日本の人口の60%以上となる**7,900万人**。そのうち**85%のユーザーが毎日、LINEを活用**しています。

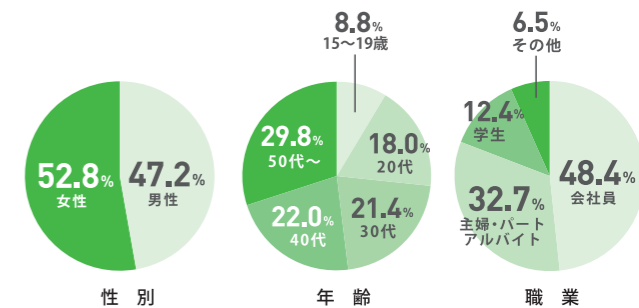
※ 2018年12月時点

02 全国のユーザー分布



LINEは、日本全国で使われています。ユーザー数の少ないエリアはありません。日本全国どこでも、**2人に1人以上がLINEユーザー**です。*1

03 ユーザー属性



LINEは、**日常に欠かせないコミュニケーションツール**として、**あらゆる年代の、あらゆる属性の方々から親しまれ、日々使用**されています。

LINE公式集客術

LINE公式アカウントとは…

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公式アカウントとは…

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。

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公式集客術

何ができるの？

●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公式集客術

◆LINE公式の便利ポイント

LINEは

開封率が高い、プッシュ通知機能がGood!



LINE公式集客術

◆LINE公式の便利ポイント

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公式集客術

メルマガと違い…

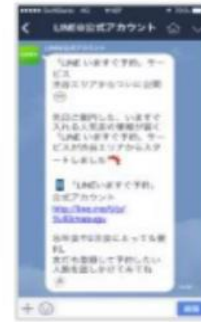


- 100%届く
- 文字化けしない

LINE公式集客術

10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)

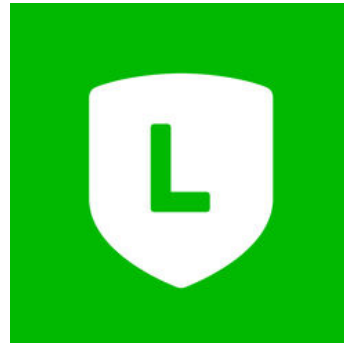


リッチメニュー、リッチ動画、カードタイプメッセージ

管理方法

LINE公式集客術

● 普段はスマホアプリで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公式集客術

● PC用管理もある

The screenshot shows the LINE for Business website interface. At the top, there is a navigation bar with the 'LINE for Business' logo on the left and several utility links on the right: '資料ダウンロード', 'セミナー申し込み', 'パートナーに相談', and '管理画面ログイン'. Below the navigation bar, there are menu items for 'サービス', '事例', 'コラム', and 'サポート'. A secondary navigation bar contains 'アカウントの開設' and 'お問い合わせ'. The main content area features a large banner with the text '管理画面ログイン' overlaid on an image of hands typing on a laptop. Below the banner, there are two main sections. The first section is titled 'LINE OFFICIAL ACCOUNT MANAGER' and includes a description, a link to the old management page, and a link for new account registration. A green button labeled '管理画面 >' is highlighted with a red rectangular box. The second section is titled 'LINEリサーチ ライトコース ログイン' and includes a description and a link for new application, with another green button labeled '管理画面 >' below it.

LINE公式アカウントの
管理画面にログイン

● PCとアプリの管理の違い

アプリでは
リッチメニューなどの
設定が出来ない

LINE公式集客術

● 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公式集客術

● 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、会社情報など

PC管理画面



LINE公式集客術

● 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、会社情報など

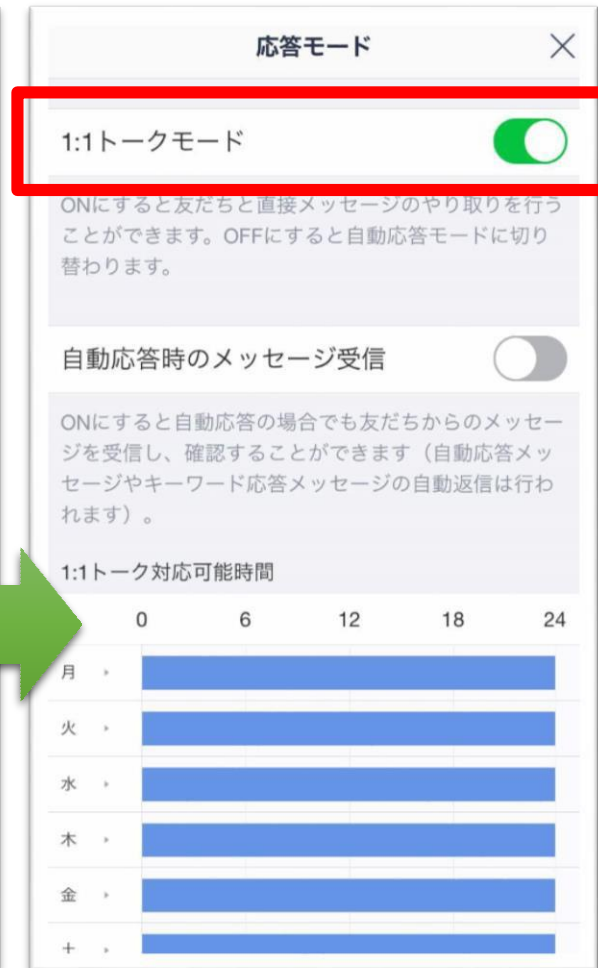


LINE公式集客術

● 最初にやること

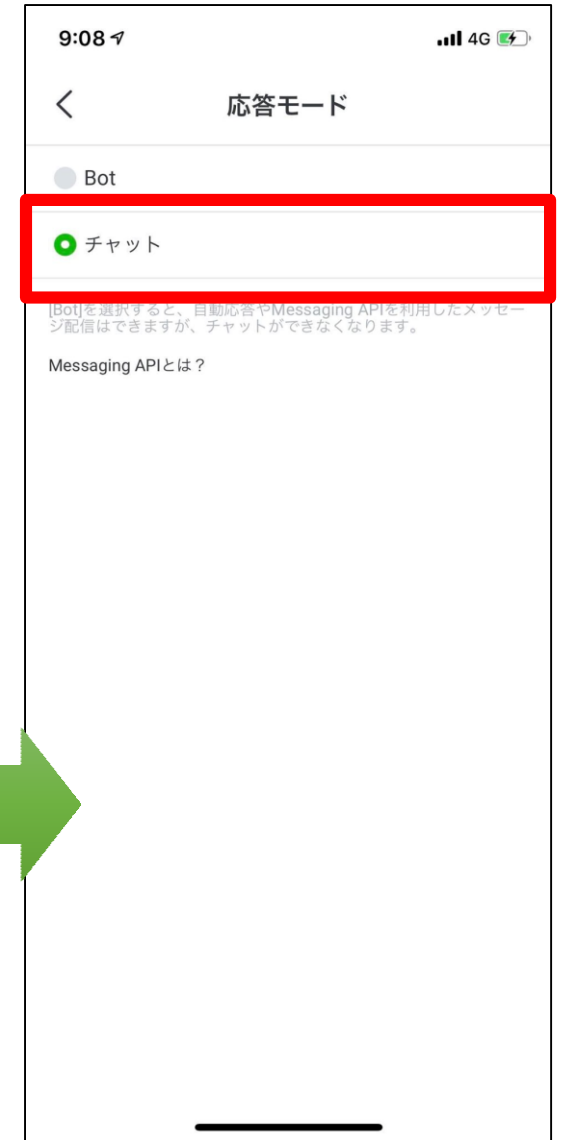
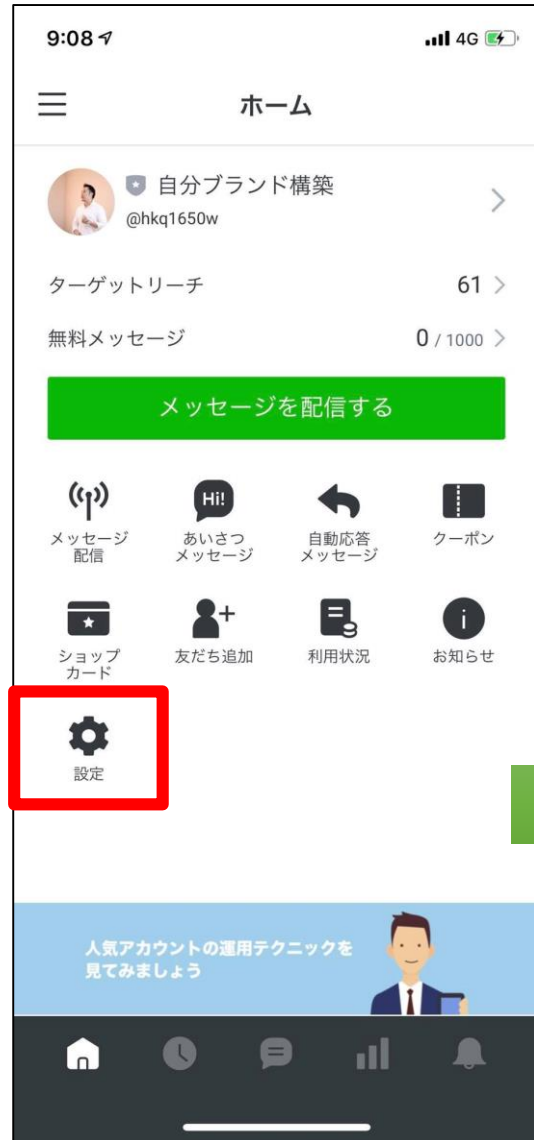
1対1でメッセージのやり取りが出来るようにトークモードをオンにする。

LINE@アプリ



LINE公式集客術

LINE公式アカウントアプリ



LINE公式集客術

● 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



LINE公式集客術

● クーポンの作り方

LINE Official Account Manager 自分ブランド構築 @hkq1650w フリー 61 応答モード:チャット

ホーム 通知 分析 アカウントページ チャット 設定

メッセージ配信
タイムライン
あいさつメッセージ
応答メッセージ
クーポン ← ①
リッチメッセージ
リッチビデオメッセージ
リッチメニュー
ショップカード
友だち追加
リサーチ

クーポン 作成 ← ②

クーポン名を入力 🔍 リセット

クーポン名	有効期間	ステータス
 ご登録感謝クーポン	2017/06/09 00:00 ~ 2027/06/10 00:00	有効 ...

< 1 >

LINE公式集客術

● クーポンの作り方

- ①必要項目を入れる
- ②必ず画像を入れる



The screenshot shows the 'LINE Official Account Manager' interface for creating a coupon. The main content area is titled 'クーポン' (Coupon). The form includes the following fields:

- クーポン名** (Coupon Name): A text input field containing '例: 20%割引クーポン' (Example: 20% discount coupon) and a character count of '0/60'.
- 有効期間** (Valid Period):
 - 開始日時** (Start Date/Time): A date and time picker set to '2019/07/24 00:00'.
 - 終了日時** (End Date/Time): A date and time picker set to '2019/07/31 23:59'.
 - タイムゾーン** (Time Zone): A dropdown menu set to '(UTC+09:00) Asia/Tokyo, Seoul'.
- 写真** (Image): A large empty box with a green button labeled '画像をアップロード' (Upload image).

Below the image upload area, there is a note: '10MB以下の画像（ファイル形式：JPG、JPEG、PNG）のみアップロードできます。' (Only images up to 10MB (file format: JPG, JPEG, PNG) can be uploaded.)

At the bottom, there is a '利用ガイド' (Usage Guide) section with a 'プレビュー' (Preview) button.



LINE公式集客術

● クーポンの作り方

スマホアプリの場合は
「管理画面」 →
「クーポン」で入力

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。



LINE公式集客術

- 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◎

LINE公式集客術

● 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。

→ 来るキッカケ、来店ハードルを下げる



LINE公式集客術

● 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



LINE公式集客術

● 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)

LINE公式集客術

●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公式集客術

●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公式集客術

● ブログ、HPへの設置

PC管理画面

① 友達追加

② QRコード

③ 友達追加ボタン

→②、③をブログに貼り付け

LINE Official Account Manager 自分ブランド構築 @hkq1650w フリー 61 応答モード: チャット

ホーム 通知 分析 アカウントページ チャット 設定

メッセージ配信
タイムライン
あいさつメッセージ
応答メッセージ
クーポン
リッチメッセージ
リッチビデオメッセージ
リッチメニュー
ショップカード
友だち追加 ①
リサーチ

友だち追加

URL

このURLをタップまたはクリックすると、あなたのアカウントを友だち追加できます。
URLをコピーして、SNSやブログなどでシェアしましょう。

QRコード  [ダウンロード](#)

`` [コピー](#)

このQRコードをスキャンすると、あなたのアカウントを友だち追加できます。
QRコードをダウンロードまたはHTMLタグをコピーして、SNSやブログなどでシェアしましょう。

ボタン 

`` [コピー](#)

このボタンをタップまたはクリックすると、あなたのアカウントを友だち追加できます。
HTMLタグをコピーして、Webサイトやブログなどでシェアしましょう。

このHTMLをコピーし
ブログ、HPに貼り付ける

④

③

LINE公式集客術

● ブログ、HPへの言

LINE公式アプリ

① 友達追加

② QRコード

③ 友達追加ボタン

→②、③をブログに貼り付け



LINE公式アカウント

● LINE公式アカウントで何が変わる？

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

※税別価格

LINE公式アカウント

● 注目の機能

リッチメッセージ

「メッセージ」で
リンク付きバナー
を送れる！



LINE公式アカウント

● 特に注目の機能

リッチメニュー

「メッセージ」画面で
集客への動線を
視覚的に作れる！



LINE公式アカウント

● 特に注目の機能

リッチメニュー

裏技を使えば

「誰がいつ押したかの」
通知が来るようにできる！

▶ 作り方・設置方法はコチラ



LINE公式アカウント

● 注目の機能

カードタイプ
メッセージ

「画像と文」で視覚的に
サービスをアピール



LINE公式アカウント

● 注目の機能 **カードタイプメッセージ**

プロダクト
製品の紹介に！



パソコン苦手な起業ママ専門WEBサポート

個別セッション

【60分】個人セッション【初回】

HP制作、SNSでお悩みの方向け
パソコンの画面を見ながら、操作方法や解決方法をレクチャーいたします。

¥7000

[詳細・お申し込みはこちら](#)

ロケーション
店舗や物件の紹介に！



パソコン苦手な起業ママ専門WEBサポート

アクセス

**おうち整体ヨガサロン
tetote**

📍 越谷市大吉663

🕒 <営業時間> 月～金9:00～17:00

[整体メニュー・ご予約](#)

[アクセス \(Googleマップ\)](#)

パーソン
人物の紹介に！



尖戸まきえ

整体セラピスト

ママのあったらいいなを叶える、
優しい力で芯まで効く整体です。

[整体メニュー・ご予約](#)

イメージ
画像の訴求に！



託児つき整体

[詳細・ご予約](#)

LINE公式アカウント

● 注目の機能

カードタイプ メッセージ

自動応答メッセージと
組み合わせて使ってもよし！

②自動的に
カードが表示される

①お客さんが
キーワードを入れる



LINE公式集客術

● 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:12月11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

