

集客に
バズりはいらない!

2024年以降
ずっと使える戦い方

美容師 インスタ



集客に特化した 運用 完全攻略

事例1

フォロワー450人で
月30名集客

事例2

フォロワー685人で
月53名集客

フォロワー1000人以下でも
毎日投稿なしでも 集客できる



美容師特化のインスタ集客

はじめに

本書を手にとっていただき、ありがとうございます。

早速ですが、1つ質問させてください。

「インスタを頑張ろうと思った理由はなんですか？」

- ・自分のファンのお客様を集めたい
- ・売り上げを上げたい
- ・単価が高くリピートしやすいお客様を集めたい

または・・・

「今SNSがアツいからインスタをやった方がいい」

「集客にインスタは必要」などと耳にして、始めた人もいます。

どれも正解です。実際にインスタで集客できるようになることで、売り上げもリピート率も単価も上がりますし、広告費を大幅に削減した集客が可能です。

そして、今の時代は、フリーランスの美容師も増え、少人数サロン、一人美容室も増え、美容師は技術だけでなく【個人の集客力】を身につけることが必要不可欠に

もなっています。

また、会社に所属している美容師であっても、集客できるようになることで、売りが上がることはもちろん、自分で集客ができるのなら、働くサロンでさえ自分で自由に選べるので、働き方も待遇も将来のことも不安がなくなります。

少なからず、上記のような理由で「集客力を身につけたい」と思い、インスタを頑張ろうと考えたのではないのでしょうか。

その思い、預からせてください！！！！

本書を手にとっていただいた方のその決意を叶えるために、【インスタ集客を確実に実現するためのコツ】を徹底的に全てお伝えいたします。





インスタ集客の方法は、いろんなところで情報を集めることができます。「なるほど！」という内容も多く、実践してみた人も多いのではないのでしょうか。

ですが、インスタ集客はなぜか難しいです。

- どんなに発信しても見てもらわなかったり
- フォローされても同業者ばかりだったり
- 来店に繋がるお客様はほとんどいなかったり

一方で、同じような投稿なのにバンバン集客できている美容師さんもいます。

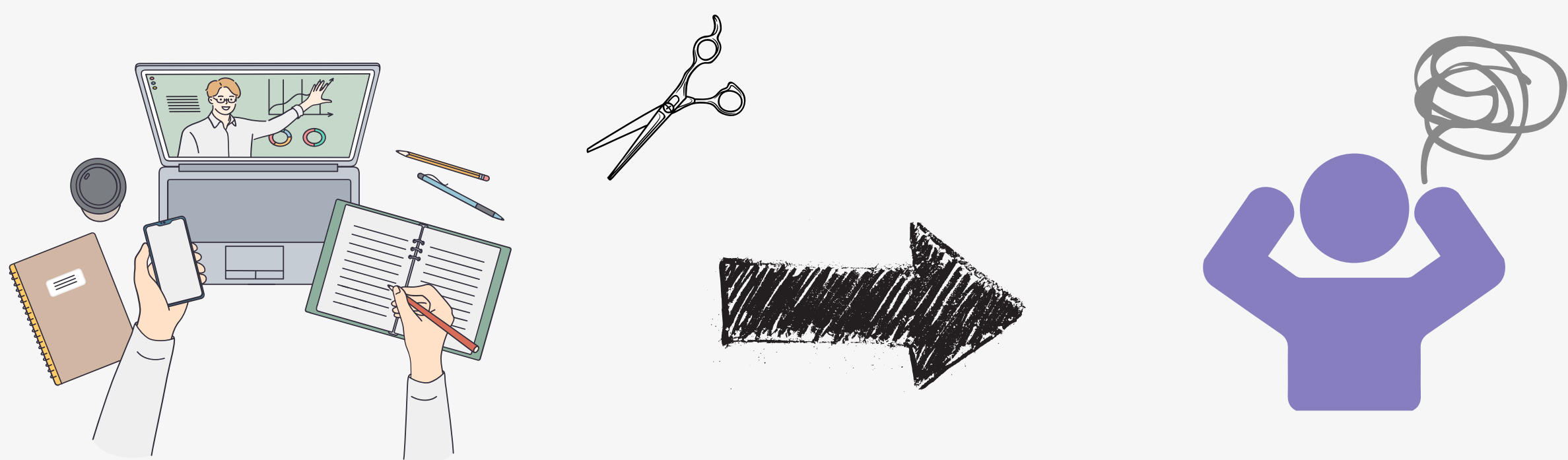
- ・ どこが違うのか？
- ・ どうやったら注目が集まるのか？
- ・ どうしたら来店してもらえるのか？

インスタ集客を成功させるには明確なコツがあり、そのコツをこの本書でご紹介します。

今では、いろいろな人が有益な情報をたくさん配信してくれていて、「Youtube」「インスタ」「ブログ」「書籍」など、無料から有料とさまざまな情報があります。

ですが、いろいろなテクニックをつかっても、フォロワーを集めても、どんなに質を高めても・・・

「全然反応もないし、集客には全く繋がらなかった」と耳にすることは多いです。



インスタ集客を学んで実践してみたけど・・・

全く集客（結果）につながらない・・・

その理由は・・・

「インスタは業界や目的によって最適な運用方法がまるで違うから」です。

どんな有益な情報も業界や目的が変われば、運用方法は大きく変わります。

なので、
「美容師ならどうすべきか？」
「美容師ならどうインスタで戦うのか？」
これが重要です。

美容師のインスタ運用に必要なのは、インスタを伸ばすテクニックやアカウントを育てるための運用ではなく、『お客様に選ばれて、リピートしてもらうためのインスタ運用』だと僕は考えています。

そのためには、フォロワー数は関係ありませんし、トレンドを追う必要もありません。

興味を持ってもらい、行きたいと思ってもらえるアカウントに作り込めばいいのです。

そのための具体的な方法をオンライン講座で美容師さんに教えていますが、今までのクライアントさんは、1000人以下のフォロワーで集客を叶えています。

👤 フリーランス女性美容師

新規集客 0名 → **8名**
インスタからのリピート **100%**

夜分に失礼致します🙏
3月の結果ですが、8名の方にご来店して頂きました😊
じんさんのおかげです！！
まだまだ目標の20人には届いていないので今後もいろいろと1つ1つしっかりやっていきたいと思えます。
さっそくですが、ストーリーについてお伺いしたいことがあるのですがよろしいでしょうか？

👤 ショート特化美容師 男性

インスタ新規集客 **57名**
売り上げ 96万 → **154万**

じんさんお疲れ様です！
今月ついに150万に到達しました、まだまだではありますが、自分の中での目標達成できたのでこれからはもっと高みを目指していきます。

👤 サロンオーナー様

スタッフ6名
インスタ集客 **全員5名以上**

いつもお世話になっております。
今スタッフは伝えた内容を実践してくれて半分以上の子は集客もリピートも上がっています。
特にずっと指名が増えないと悩んで頑張ってくれている子がリピートも増え自信も出てきたようです🔥
僕自身まだまだ勉強不足ですが、みんなが実践しやすいように「メンションしてくれたら300円オフ」を初めることにしました。

👤 大阪市 34歳 男性

新規集客 毎月1・2名→平均毎月**20名**
リピート 75% → **90%**

お世話になっております
12月の集客成果ですが、25名の新規の方にご来店して頂きました！！
リピート率も90%を維持しているので売上も過去最高でした！
まだまだ他の皆さんには及ばないですが、これからも顧客様を意識した運用で積み上げていきます。
お忙しいところ失礼致しましたお忙しいと思いますので返信不要で大丈夫です。

👤 フリーランス男性美容師

新規集客 0名 → **5名**
インスタからのリピート**100%**

いつもありがとうございます！
僕も勉強会を始めた月から、徐々にリーチも増えてきて、毎月5件ほどいただくようになりました。そして何よりも楽しくなりました😊
今まではアカウントを伸ばさなきゃって思ってたんですが、お客様のことを思ってお客様のために運用した方がいい知りその運用にしたらは悩むこともなくなりました🙏
これからもよろしくお願ひします

👤 髪質改善特化美容師 男性

新規集客 0名→**30名**
リピート 83%→**90%**
売り上げ 57万→**100万到達**

じんさんお疲れ様です。
ついにリピート90%になりました！そして新規も30名来店してくれたので自分の目標も超えることができました、12月バタバタしてまだLPは出来上がってないですが1月からこちらも力を入れますので、ご指導よろしくお願ひします🙏

そして、このようなお声をいただき、コツをお伝えさせていただいたクライアントさん達は、今までインスタ集客0名だった方も平均2ヶ月で成果が出ています。

なので本書では、集客を叶えたクライアントさんにお伝えしてきた「インスタ運用の具体的な方法」と「具体的なノウハウ」を全てを詰め込み完全版として公開します。

僕自身、現役で美容師をしながら感じるのは「美容師は本当に忙しく時間がない」ということ。

インスタは必要だとわかっていても、結果が出るまで試行錯誤しながら運用するのが大変すぎます。

なので、

- とりあえずやってるけど、ただ発信するだけになってしまっている。
- 結果も出ないし、疲れたからもうやめたい。

「このようなことになってほしくない」という思いで書かせていただきました。

なので、今まで実際に集客を叶えてきた方法を、そのまま真似するだけの内容で紹介します。

この方法は僕自身だけでなく、僕のクライアントさんも今までインスタ集客0名だった人が月53名の集客を叶えたり、フォロワーに関係なく集客を叶えられる再現性のある内容です。

これは「やるかやらないか」ではなく「知っているかどうか？」です。

小手先のテクニックでは解決しません。正しい集客の仕組みを知ることが一番の近道です。

本書の内容だけで、確実に結果を出せるように、実践的なコツを具体例とともに、ロードマップで紹介しますので参考にしてみてください。

ステップ1 インスタ集客仕組みの全体像を知る

≡ (第1章)

ステップ2 アカウントを整えて効果的な発信をする

≡ (第2章) (第3章)

ステップ3 発信の質を高める

≡ (第4章)

ステップ4 見込み客に確実に発信を届ける

(第5章) (第6章)

また、この本を手にとりていただいた方には、集客をさらに確実なものにするための【動画】もプレゼントしています。



受け取り方法は、本書途中でQRコードにてご案内しますので、ご活用ください。

また、インスタでは美容師のお役立ち情報を配信していますのでご参考くださいませ。



目次

はじめに

インスタ集客の真実	004
-----------	-----

第1章 美容師に必要なインスタ運用とは？

美容師の集客のためのインスタ運用とは	017
集客でバズる必要はない	022
リピートのためのインスタ運用	030

第2章 アカウント設計しよう

プロフィールを整えよう	035
最適なプロフィール写真は？	037
名前はこれ	048
興味を惹くプロフィール文章	054
タップされるリンクURLは？	058
集客になるハイライトは？	061
投稿デザインを決めよう	071

目次

第3章 ネタが無限になる発信内容

集客できる発信とできない発信	082
宣伝をせずに集客するには	085
インスタ集客の鍵は今の顧客	092
【具体例】何を発信すればいい？	105
技術を発信するときは	120
お役立ち情報を配信するときは	126
ネタが無限になる探し方	133
集客につながるストーリー活用	137

第4章 発信の質は〇〇で上がる!

投稿頻度はどうしたらいい？	160
最低限のチェック項目	164
ライティングのコツ	170
思わずクリックされるタイトル	182
反応を倍増させる投稿の型	188

目次

第5章 見込み客に確実に発信を届ける方法

本当にフォローして欲しい人とは？	197
顧客にフォローしてもらう秘訣	199
見込み客に見つけてもらう秘訣	209
正しいいいねまわりとは？	211
【ステップ1】 地域美容師にアプローチ	212
【ステップ2】 地域のお店にアプローチ	216
【ステップ3】 見込み客にアプローチ	222
フォロワーは500人でいい	227

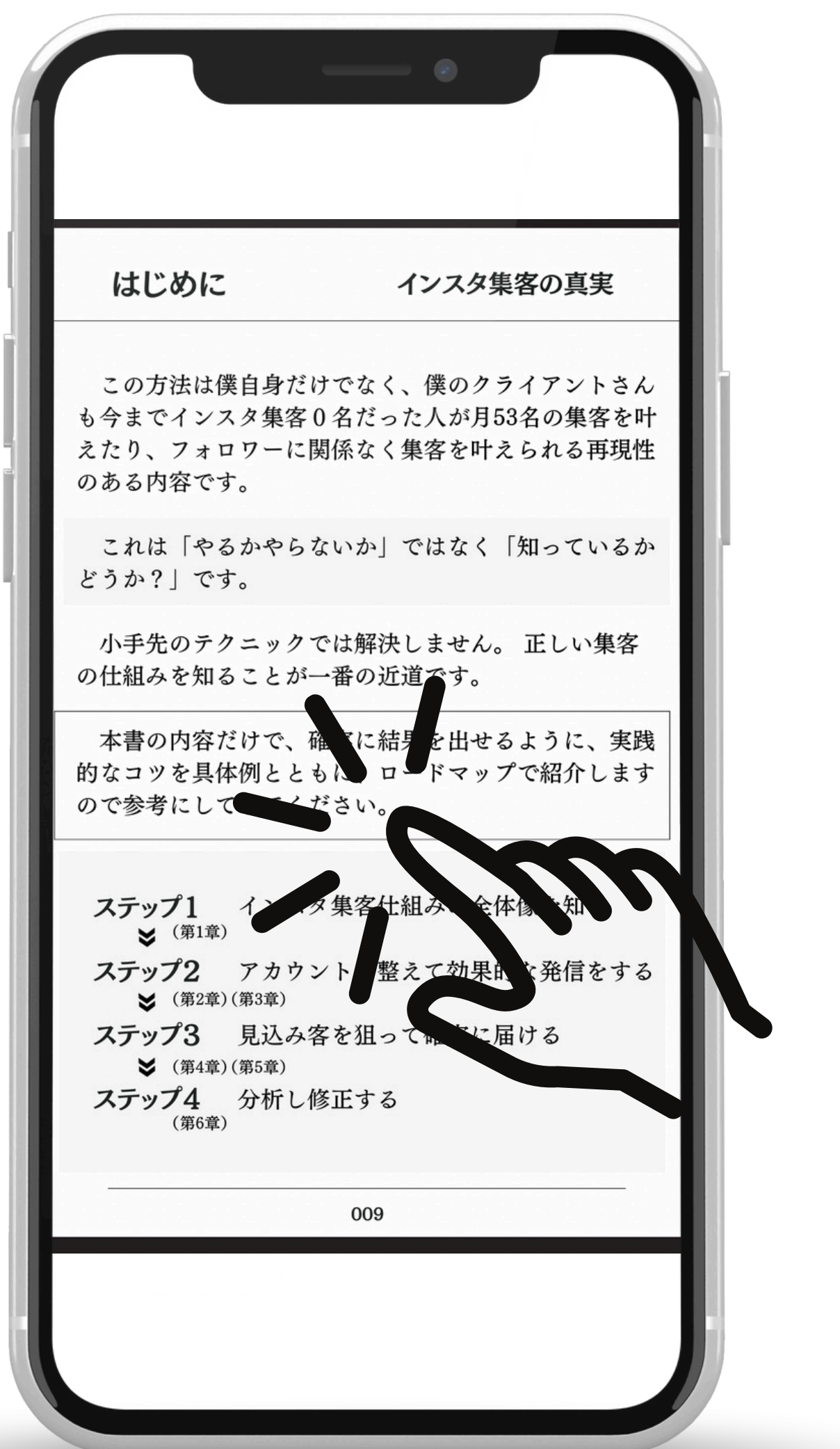
第6章 最速集客のための広告運用

最速で確実に集客する広告	229
広告のメリットデメリット	234
失敗しない活用方法	241
効果的な広告内容の作り方	251
広告の出し方完全ガイド	267
おわりに	285

目次活用方法【操作方法】

※気になる部分を目次から見る事が可能です。
(電子書籍の操作)

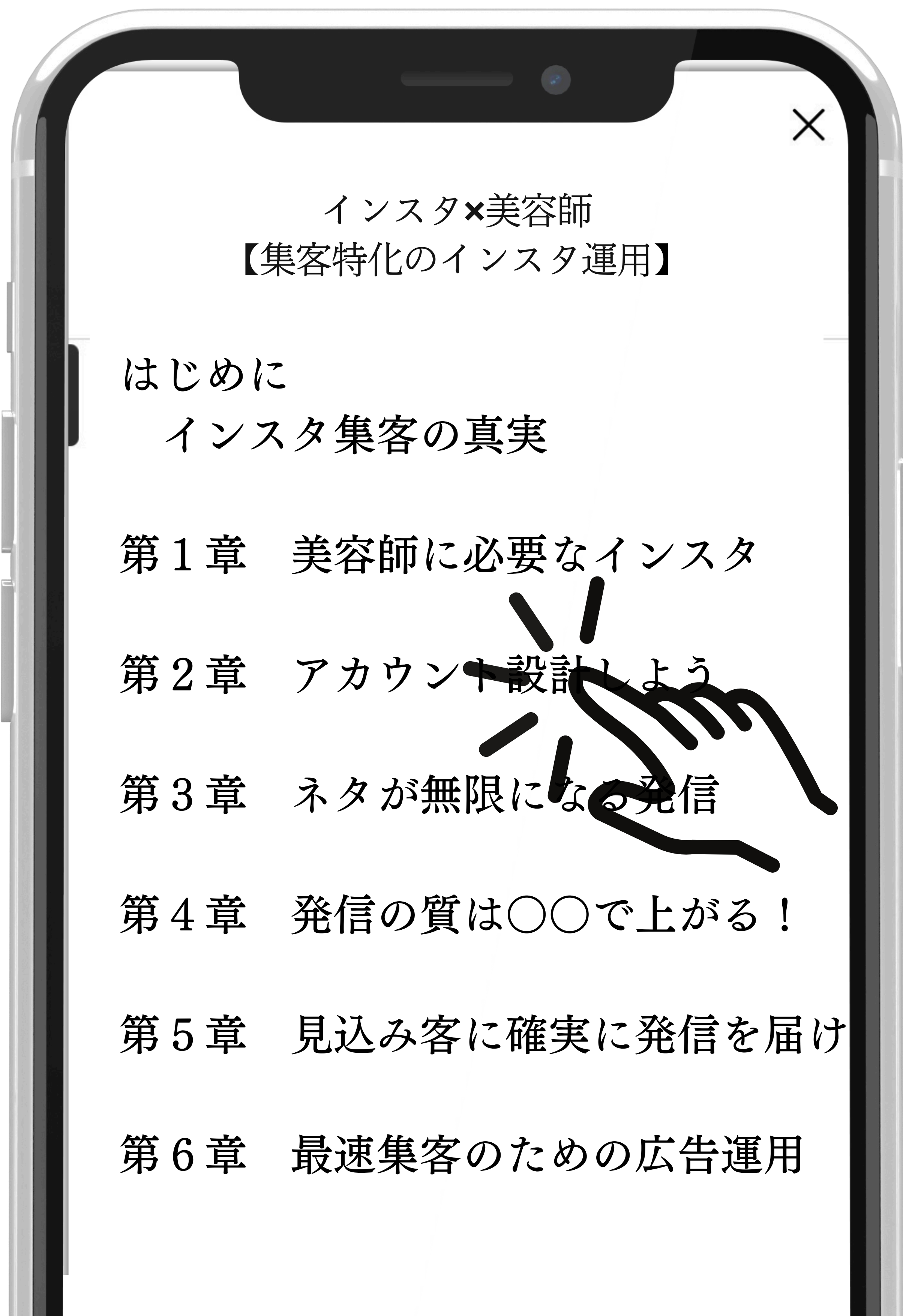
① 画面をタップ



② 3本線をタップ



- ③読みたい目次ページをタップすると
目的のページに移動します。



美容師特化のインスタ集客

第1章

美容師に必要な
インスタ運用とは？

美容師の集客のための インスタ運用とは

本書では、第2章から第6章の内容で具体例を示しつつ、「そのまま真似するだけで、集客を叶えられる内容」で書かせていただいています。

ですが、実際にインスタ運用を整える前に、まずこの第1章で「集客のためのインスタ運用とは何か？」をお伝えいたします。

これがわかれば、本書の全体像が見えて、第2章以降の内容もスムーズにイメージできますので、こちらを参考に見てみてください。

まず、美容師の集客に特化した運用のコツの結論からお伝えします。

それは「予約したくなる仕組みを作ること」です。

第1章

美容師に必要な インスタ運用とは？

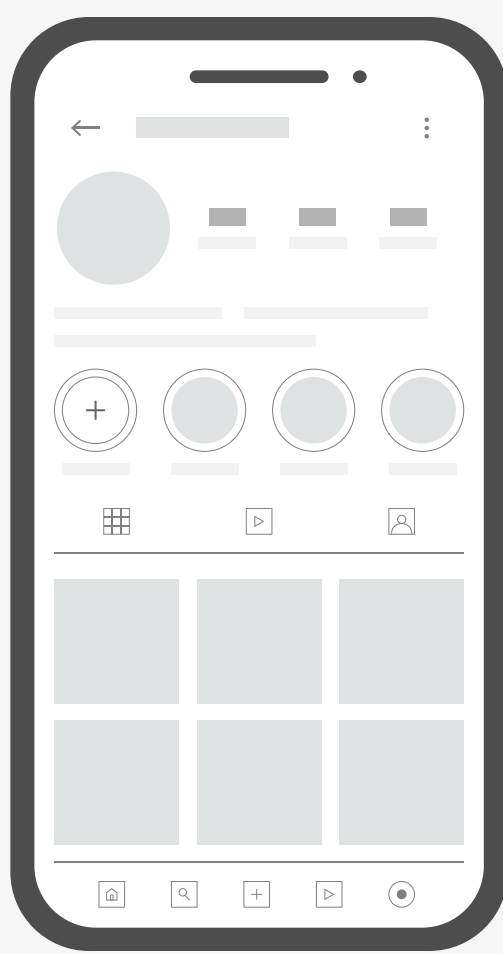
具体的には、フォローしてほしい人が「興味を惹くもの」を発信し、その後に「自分の伝えたい内容」を魅せていく方法で、これこそが、僕や僕のクライアントさんが集客を成功させた方法です。

~~バズる運用~~

~~毎日投稿~~

~~フォロワー増加~~

~~いいね・保存~~



これらを意識するのではなく

来店したくなるように
自然に誘導する仕組みを
アカウントに組み込むだけ！

世の中には『半年で1万フォロワー！』の方法や『100人集客する方法』など、いろいろな情報はいろんなところで見かけますし、さまざまなテクニックもあります。

それでも美容師のインスタが伸びにくい理由は、発信の質が低いからではありません。そもそも美容師のインスタは伸びないものだからです。

例えば・・・

道端や駅前の路上で、通りがかりの人に向かって何かを伝えようと思った場合・・・

ビジネスの演説や公演をした場合は、おそらくほとんどの人が振り向きません。

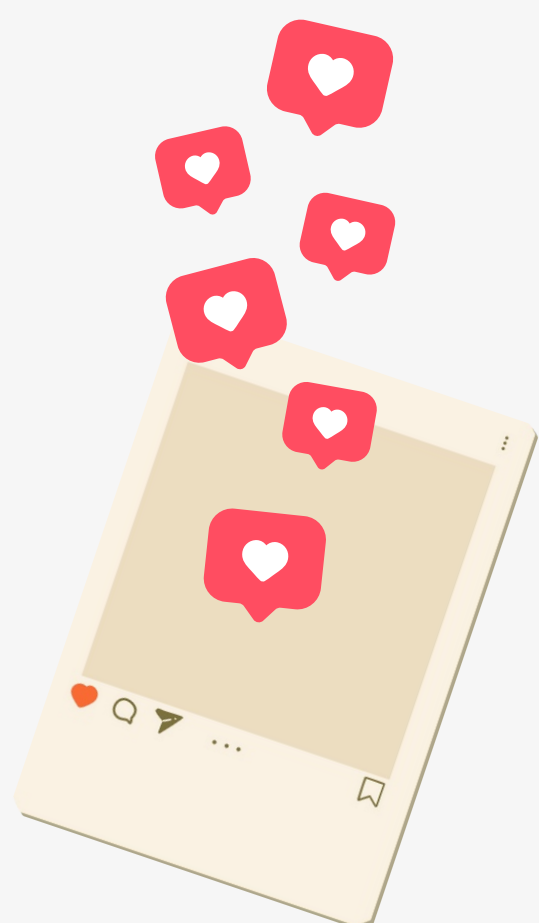
たとえその公演が、10万円相当のものすごく有益なものであっても、立ち止まって聞いてくれる人はいないです。

ですが、漫才や手品、路上ライブを道端で始めたら、おそらく立ち止まって聞いてくれる人が少なからずいて、クオリティーが高ければ、人だかりになるはずですよ。

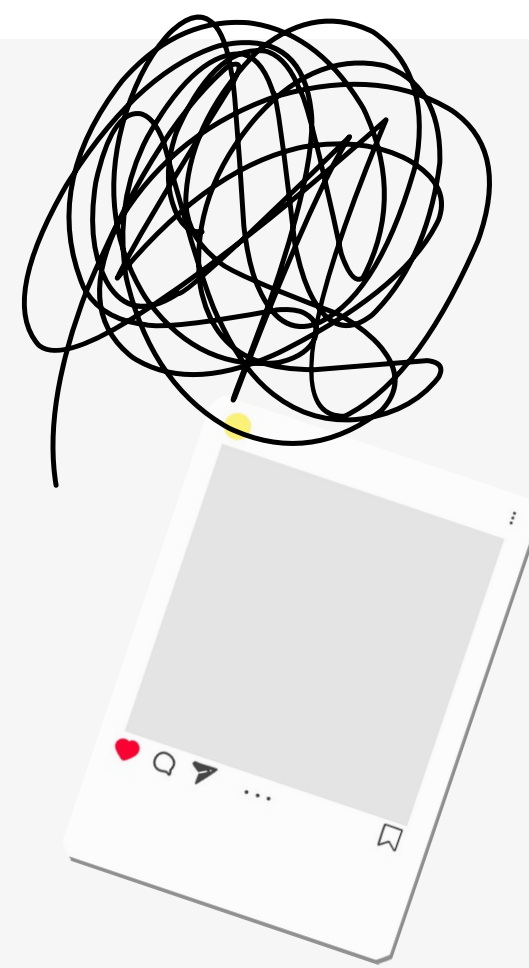
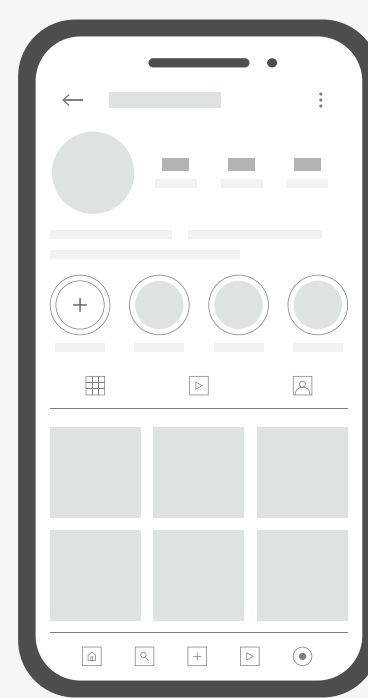
第1章

美容師に必要な インスタ運用とは？

これと同じように、インスタの発信にも、フォロワーが集まったり、いいねや保存などのアクションがたくさんもらえるアカウントと、いくら質のいい発信をしても見向きもされないアカウントがあります。



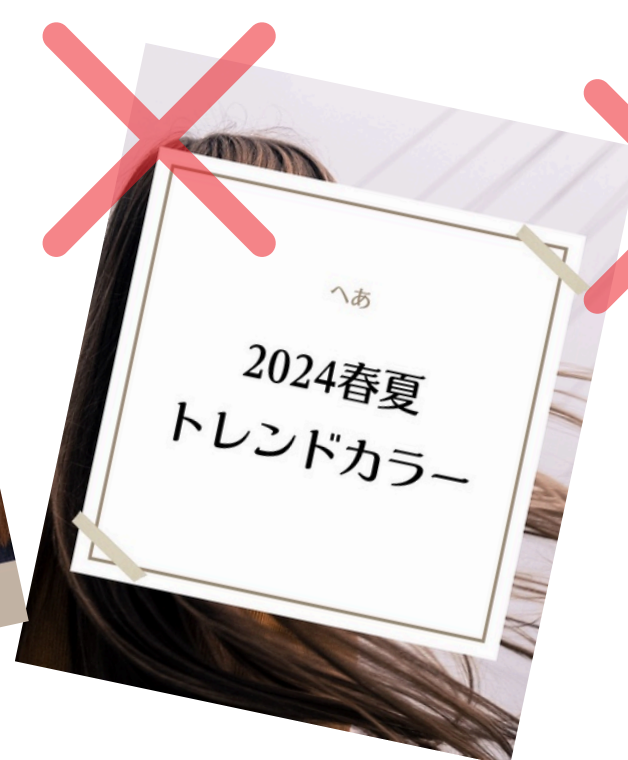
アクションが
集まりやすい発信ジャンル



アクションが
集まりにくい発信ジャンル

まさに、僕らがお客様に伝えたい「ヘアーの投稿」や「髪の悩み解決法」などが、インスタで伸びにくい発信ジャンルなのです。

伸びにくい・・・



この解決法は、見込み客の興味を引くアカウントを設計し、見込み客に直接発信を届けることです。

これができるれば、アカウントを伸ばす必要もなくなるので、もっと集客は簡単になります。

それだけでなく、どんどん変わるインスタのアルゴリズムを気にする必要がないので、この方法に、流行り廃りはありません。

「具体的に何をどのように実践すればいいか？」については、第2章から第6章で紹介します。

ステップ1 インスタ集客仕組みの全体像を知る

≡ (第1章)

ステップ2 アカウントを整えて効果的な発信をする

≡ (第2章)(第3章)

ステップ3 発信の質を高める

≡ (第4章)

ステップ4 見込み客を狙って確実に届ける

(第5章)(第6章)

集客でバズる必要はない

今の時代、インスタで集客をする人は多く、SNSの中でもインスタは「圧倒的に集客に向いている媒体」として、さまざまなビジネスから注目を集めています。

実際に、美容師だけでなく、新しくインスタに参入する企業も増え続け、インスタアカウントを伸ばすためのノウハウもそこら中に溢れるようになりました。

ですが、冒頭でもお伝えしたように、この「一般的なインスタ運用を学ぶこと」こそが、美容師のインスタ運用が「いくら頑張ってもなかなか集客につながらない」という理由になっているのです。

通常のインスタ運用の場合、「如何にリーチを獲得」して、「如何にフォロワーを増やすか？」この2つが最重要として運用します。

そして、フォロワーが増えることで、発言力を高め集客やマネタイズを叶えることが目的とするのが一般的です。

なのでそのために、「フォローされやすいプロフィール」「バズりやすい構成のリール」「ホーム率、フォロー率を意識した運用」「滞在時間、エンゲージメントを上げるための発信内容」などを徹底して意識した運用が必要だとよく言われます。

一般的なインスタ運用では・・・

この2つを最重要としている

フォロワーを増やす 

リーチを上げる 



集客やマネタイズなどの
ビジネスに繋げる

ですが、美容師や店舗ビジネスの場合、フォロワー

第1章

美容師に必要な インスタ運用とは？

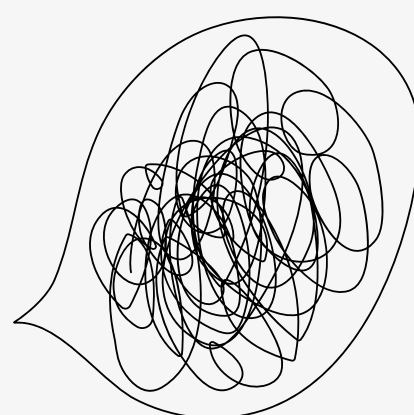
数もリーチ数も追う必要がないので、一般的に言われるインスタ運用のノウハウは何1つ必要ないのです。

確かに、フォロワーが増え、リーチが増えれば、自分の発信がより多くの人に届くので、集客においても、これほど有利になることはありません。

ただし、忘れてはいけないのは、そのリーチ数はあくまで日本全国に対してのリーチ数であるということ。

ターゲットが日本全国のビジネスであれば、拡散されればされるほど、リーチの数と同じだけ価値がありますが、店舗ビジネスの場合は、リーチ数がある程度あったとしても、そのうち実際に来店する可能性がある見込み客はほとんどいないことはよくあることです。

フォロワーとフォロワー以外
リーチベース

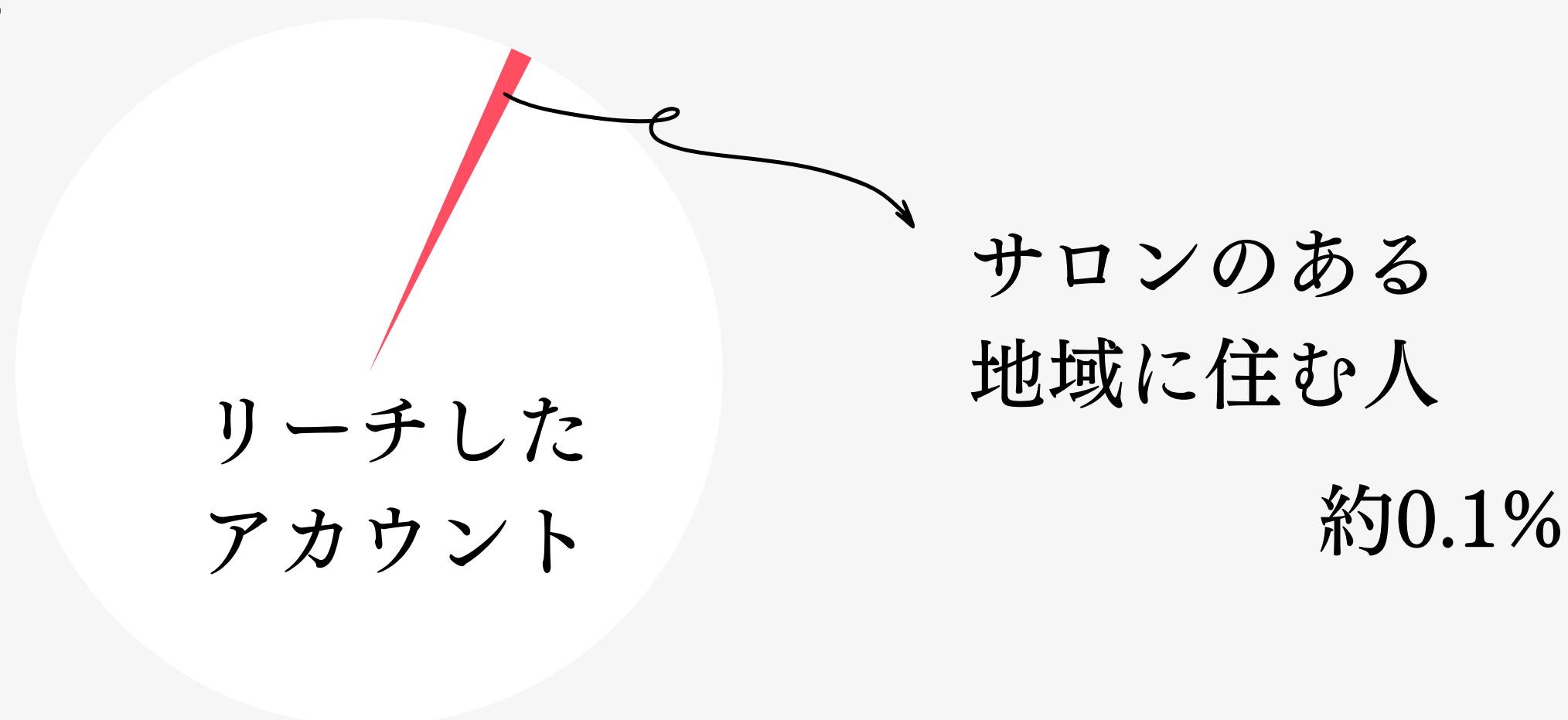


リーチしたアカウントの中に見込み客がほとんどいないことも

数字にすると・・・例えば、

各県の主要都市の市町村の平均人口は135,205人で、日本人口の約0.1%になるので、10万リーチを獲得しても自分の住む市町村の100人ほどにしか届いてないことになります。

そしてさらに、【実際の見込み客】例えば、「女性で自分の得意な技術に興味がある人」ともなれば、もっと数は少なくなります。※厳密な数字は実際のインスタでの運用のデータが必要なため、この例では単純な計算ですが、それほど外れない数字になるはずで



なので、ある程度集客効果を得るには、10万のリーチ以上、50万から100万リーチを頻繁に獲得できるインスタアカウントにする必要があるのです。

これを叶えるのは簡単ではありません。


期間も努力も知識もセンスも生半可なものでは、10万のリーチ以上を頻繁に獲得できるインスタアカウントにはなれないので、ほんの一握りの人しかこの領域には辿り着けません。

だからこそ、「インスタを頑張ってもなかなか集客できない」ということになってしまうのです。


ですが！！

インスタで、例えば「リーチが1000ほど」しかないアカウントだったとしても、見込み客に狙ってリーチさせることができれば、十分に集客は叶います。

バズらせても

 見込み客に見られなければ
意味がない

バズらせなくても

 見込み客に発信を届ける運用を
すればいい

なので必要なのは、アカウントを伸ばす運用でも、バズらせる技術でもなく、「見込み客に発信が届く運用」そして「見込み客の興味を惹くアカウントにする」この2つだけ押さえておけばいいのです。

この考えを元に、本書では
「美容師の集客に特化した運用」として、

見込み客の興味を惹くための
アカウントにする方法

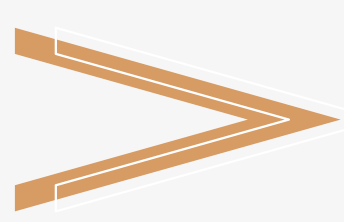
見込み客に発信を届けるための
具体的な方法

この2つを徹底解説いたします。

本書の内容を順番に真似するだけで必ず集客できるアカウントになるように書かせていただいていますので、1つ1つ参考にやってみてください。

ですので、もし「バズらせたい」「数万フォロワーの人気アカウントにしたい」とお考えの方は、本書を閉じていただければと思います。

本書のロードマップ



見込み客の興味を惹くための
アカウントにする方法として

第2章を参考に

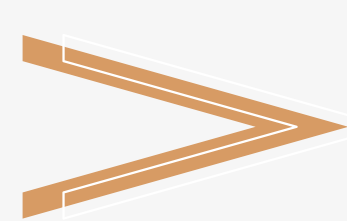


見込み客に「行きたいと思ってもらう」
アカウントに設計する

第3章を参考に



見込み客の興味を惹く発信をする



見込み客に発信を届けるための
具体的な方法として

第4章を参考に



時短、かつ効果的な発信を作るためのコツ

第5章を参考に



見込み客への確実に届ける
「ウザイいいね周りをしない」運用

第6章を参考に



最速で確実に集客するための
広告運用

リピートのための インスタ運用

本書では、1章から6章の内容で、集客を叶えることが可能ですが、忘れてはいけないことが「来てくれた人のリピート」です。

集客ができて、その後リピートに繋げることができなければ、売り上げが上がることもなければ、永遠に莫大な集客をし続けなければなりません。

なので、本書では、「リピートを叶えるための方法」として、【顧客を意識した内容】で2章から6章をお伝えします。

具体的には、「新規の集客」のためにアカウントを設計し、「顧客のリピート」を意識した発信と運用を行います。

これが僕の考える『お客様に選ばれて、リピートしてもらおうための運用』です。

少しイメージしにくいと思いますが、本書を通してこれから詳しく解説しますのでご安心ください。

そして、実際にこれを伝えた僕のクライアントさんは、月に20から30名の集客を叶えた方も多く、その方々は、その後リピートにもつながっているのです。それほどの集客の必要がなくなり、日々の投稿のペースを一気に落としても最低限の5名前後の新規集客をキープしました。

このリピート率は、クライアントさんの美容師の力量が素晴らしいことが理由ですが、インスタを活用することで、さらにリピートを加速させることができるのです。

そのポイントは・・・

「顧客がまた見たいと思う発信をすること」

「顧客とつながる運用をすること」

なので、このポイントを押さえつつ、この後お伝えする2章から6章の内容を真似してみてください。

『お客様に選ばれて、リピートしてもらおうための運用』 の概要

【新規集客を叶えるために】

- ✓ 見込み客に興味を持ってもらうアカウントにする
- ✓ 見込み客に確実に発信を届ける

【リピートを叶えるために】

- ✓ 「顧客が喜ぶ」「顧客のためになる」
発信をする

美容師特化のインスタ集客

第2章

アカウントを設計しよう



第1章では、「見込み客に発信を届けることができれば、バズらせる必要も、アカウントを伸ばす必要もない」とお伝えしました。

ですが、見込み客に発信が届いたとしても、その見込み客が「このサロンに行ってみたい」と感じてもらえなければ新規集客は難しくなってしまいます。

なので、第2章と第3章では【見込み客の興味を惹いて予約につながるアカウントに作り込む方法】を紹介します。

第2章でわかること：

- ・「行ってみたい」と思われるアカウントにする方法
- ・具体的なプロフィール設定内容

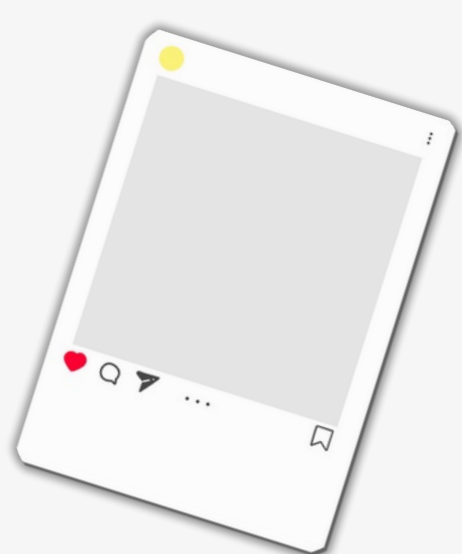
プロフィールを整えよう

インスタグラムにおいて一番重要なのは、投稿でもリールでもハッシュタグでもなくプロフィールです。

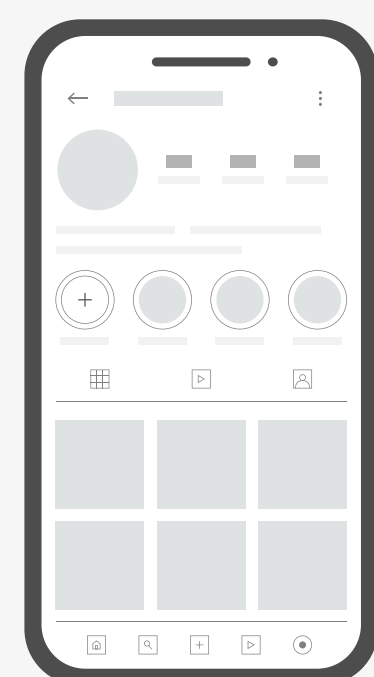
たまたま見つけた投稿に興味を持った時、
あなたならどうしますか？

- 気になってプロフィールを見る
- 「いいな」と思えばフォローする
- フォローすれば定期的に投稿が流れて関心が高まる

このような行動をする人は多いです。



気になる投稿を見つけたら
プロフィールを見る



反対に、どんなにいい投稿をしても、プロフィールに飛んだ時に「なんかぐちゃぐちゃだし情報も少なすぎ」「ちゃんと運営されてないな」と感じれば興味を持たれません。

だからこそ、日々の努力を台無しにしないために、プロフィールは完璧に整えておくことが最重要なのです。

プロフィールで設定できる内容は

- ・プロフィール写真
- ・名前
- ・プロフィール文章
- ・リンクURL
- ・ハイライト

なので、「いきたい！！」と思ってもらうためのアカウントを作るために、ポイントを5つご紹介しますので参考にしてみてください。

最適なプロフィール写真は？

アカウントを運用する上で一番初めに目にするものは「プロフィール写真」です。

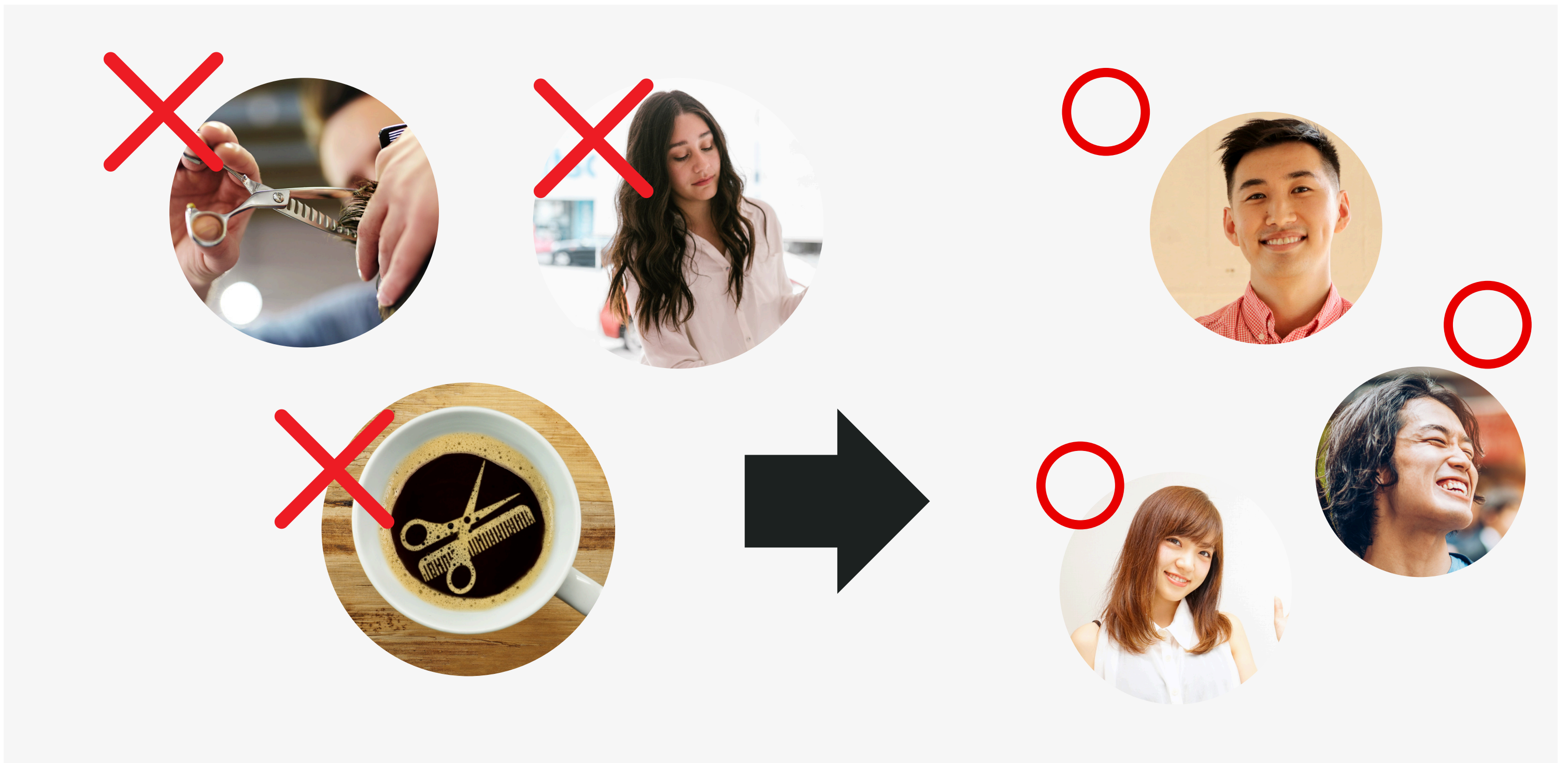
なので、第一印象を決める大事な項目になります。

みなさんはどんな写真にしているのでしょうか？

- かっこいい写真
- オシャレな写真
- 可愛い写真

色々ありますが、プロフィール写真は、「笑顔のアップ写真」が一番おすすめです。

その理由も含めてポイントを4つ紹介しますので、そのポイントを考慮して最適な写真を選んでみてください。



ポイント1:
どのような印象を与えたいか？

個人の趣味アカウントであれば、オシャレさや自分の好みを重視してもいいのですが、ビジネスで利用する場合の一番考えるべきことは、「見込み客にどのような印象を与えたいか？」です。

なので、まずは与えたい印象をイメージしていきます。

例えば…

- ・ 安心感
- ・ 清潔感
- ・ 親しみやすさ
- ・ 信頼性
- ・ ブランドイメージ
- ・ 専門性



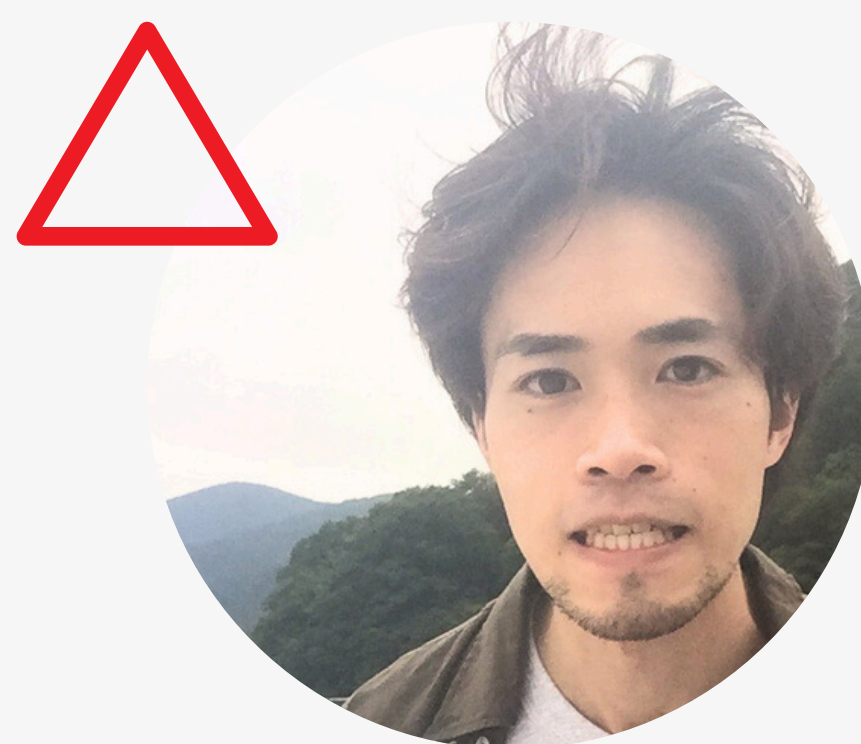
など、自分のターゲットとなる見込み客に与えたい印象をイメージしてみてください。

ちなみに、これらを踏まえると「安心感があり、清潔感があり、親しみやすく、信頼できる」という印象を簡単にクリアするのが、笑顔の写真です。

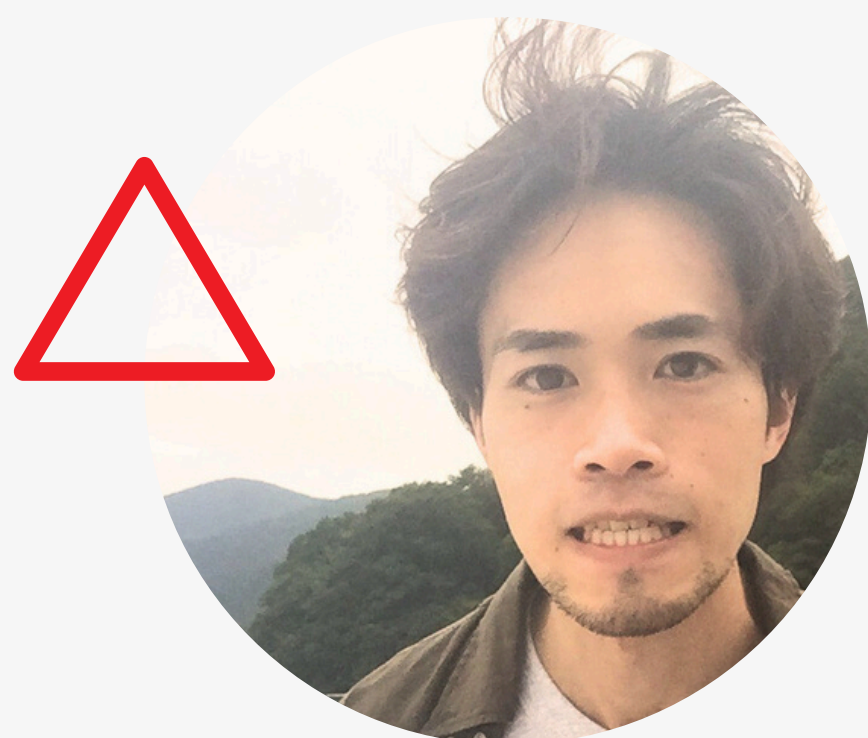
顔がはっきりわかり、全力の笑顔の写真には、悪い印象を持つ人はいません。

例えば・・・

- ・顔がはっきりわかるだけで信頼感が全然違う



- ・笑顔に変えるだけで「安心感」と「親しみやすさ」が全然違う





ポイント2: 色で与えるイメージ

写真が決まった時後、次に悩むのが色の雰囲気です。

背景のイメージや着ている洋服の色なども重要なので、ここでも「与えたいイメージ」を意識してこだわってみてください。

※ 僕ら美容師は、信頼と清潔感が必須なので、明るい写真であることが大前提です。



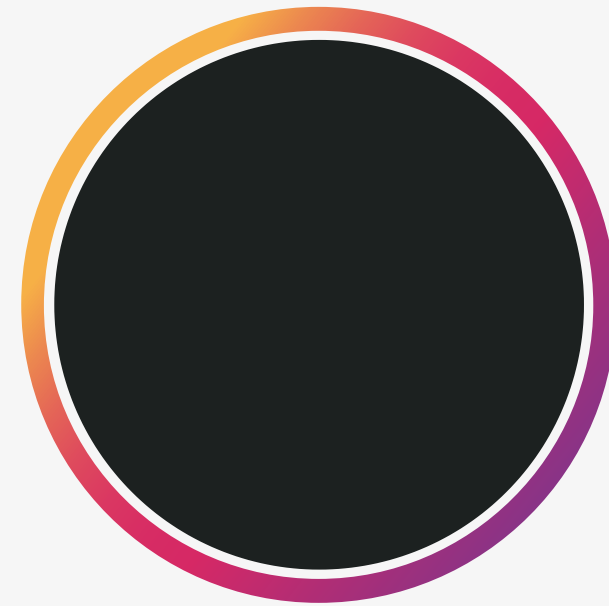
- 背景に何を映すか？
- どんな服を着るか？
- どんなアングルで撮るか？
- どんな色をメインにするか？

白のカラーイメージ：



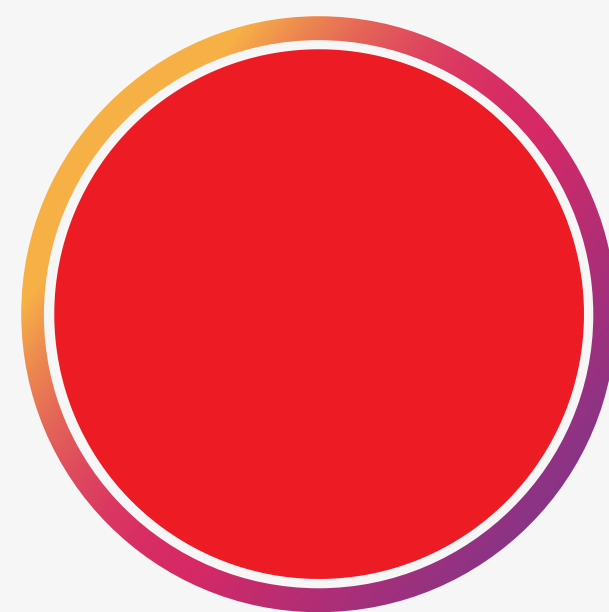
「清潔」「純真」「正義」「平和」「はじまり」
「孤独」「空虚な」「軽い」

黒のカラーイメージ：



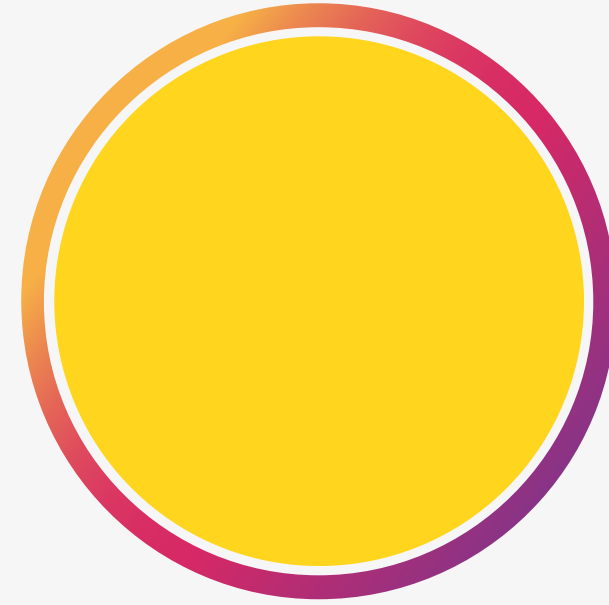
「高級」「シック」「清貧」「重厚」「陰鬱」

赤のカラーイメージ：



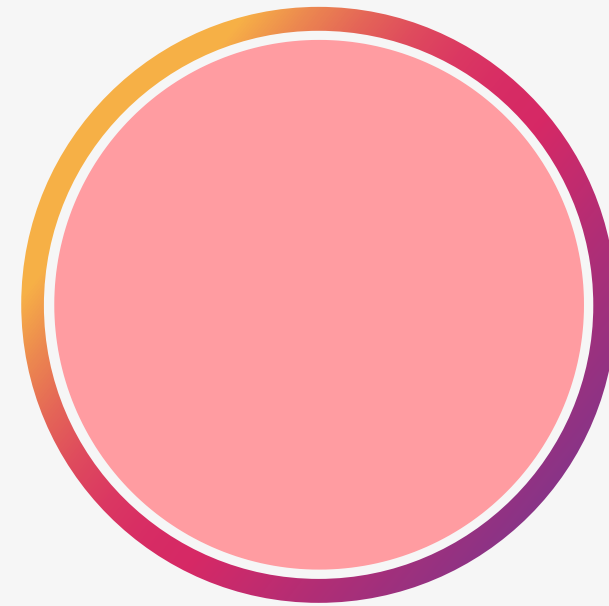
「アクティブ」「情熱的」「達成感」「自信」
「生命力」「闘争心」

黄色のカラーイメージ：



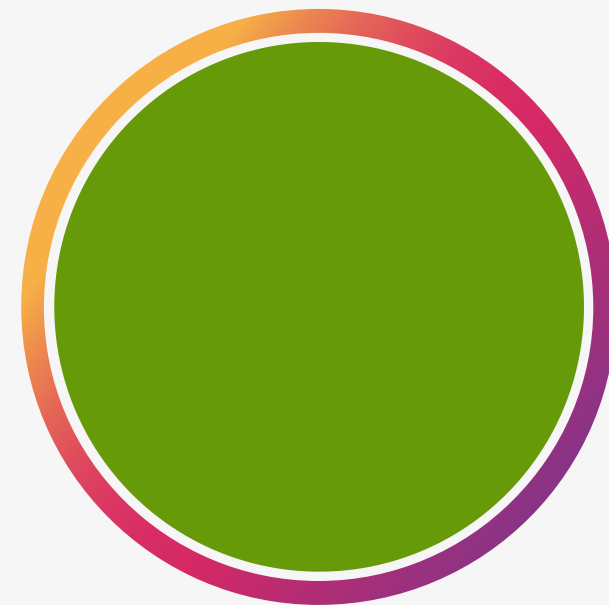
「明朗」「躍動」「快活さ」「軽さ」「注意」
「嫉妬」

ピンクのカラーイメージ：



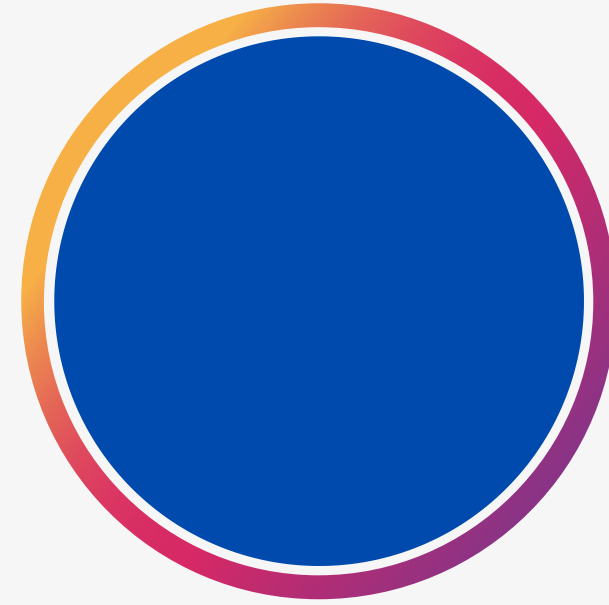
「やさしさ」「愛」「恋」「かわいらしさ」「感謝」

緑のカラーイメージ：



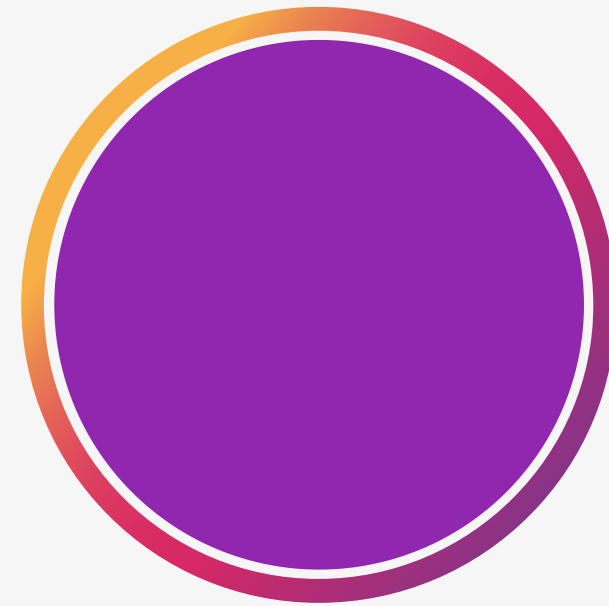
「調和」「さわやか」「平穏」

青のカラーイメージ：



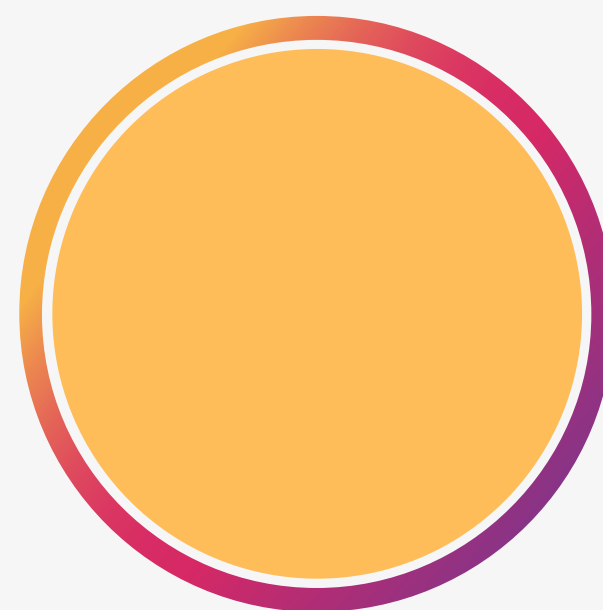
「平和」「誠実」「冷たい」「涼しい」「集中」
「清潔」「憂鬱」「孤独」

紫のカラーイメージ：



「上品」「女性的」「厳粛」「神秘」「妖艶」

オレンジのカラーイメージ：



「朗らか」「カジュアルな」「あたたかい」

これらのカラーイメージを参考に、「アカウントカラー」も決めてみてください。



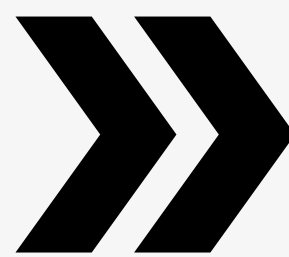
ポイント3: 見える大きさに作る

インスタのプロフィール写真は、画面上で非常に小さく表示されます。



なので、素材に使う写真の見せたい部分が小さいと全く見えなくなってしまうので、大きく見せることが大事です。

例えば、



顔がわかりにくい → はっきり笑顔がわかる



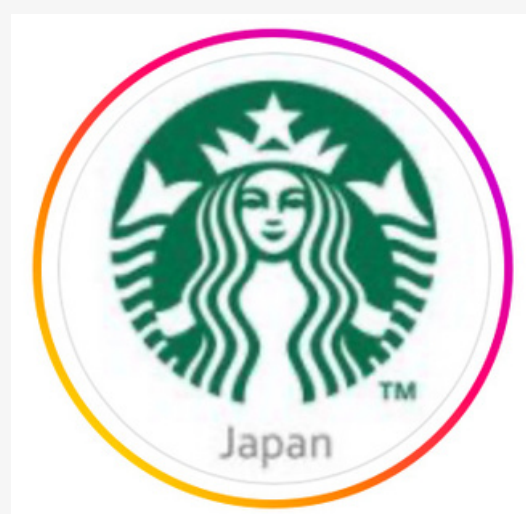
ポイント4: サロンアカウントの場合

個人の美容師アカウントの場合には、自分自身を写真にしますが、サロンアカウントの場合はサロンイメージの写真を使うと思います。

その場合の一番意識したいことは、「サロン名が一目でわかるかどうか？」です。

お客様が見た時に「このサロンのアカウントだ」と誰もがわかるようにすることが理想です。

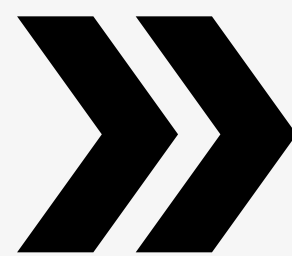
一般企業はロゴを使うことが多いです。



※注意点！！

誰もが知っている企業は、名称がないロゴでもわかりますが、大手サロン以外は、サロン名がわかりにくいロゴを使うと気づかれない可能性が大きいのです。

ヘアサロン「HAREサンプル事例」
(架空のサロン) の場合



ロゴを使っても
誰にもわからない

サロン名が
はっきりわかることで
お客様が迷わない



インスタで設定できる名前は「アカウント名」と「プロフィール名」があります。

それぞれ解説いたしますので、参考にしてみてください。



アカウント名

アカウント名は@~~~~となるもので、お客様の目に触れる機会は少ないです。

これが関係してくるのは、おそらく、美容室に実際に来店したお客様に自分のアカウントを教える時です。

最近インスタ
頑張ってるんです



なんて言う
アカウントですか？

不特定多数の検索では、アカウント名を見てフォローするか決めることは考えにくいので、「この人フォローしたいな」と思って探したときにアカウント名が役に立ちます。

なので、言葉で伝えやすいアカウント名を心がけましょう。

「@お店の名前_自分の名前」などがおすすめです。



「〇〇というアカウントです。」

と伝えた時に



お客様が迷わず
スムーズに検索できる名前が理想

プロフィール名

プロフィール名は、お客様が一番目にするポイントでもあります。

だからこそ、打ち出したい情報をできるだけここに書いておくとフォローに繋がりがやすくなります。

- ・自分の名前（あだ名もOK）
- ・コンセプトがわかる一言
- ・検索しそうなワード
- ・お店の場所

これらをふまえてプロフィール名を決めていきましょう。

また、プロフィールを決めるときのポイントを3つ紹介します。



ポイント1: 地域を入れる

プロフィールを見たときに一番興味を惹くポイントは『近くの美容師さんなんだ』と感じてもらうことです。

そして、人は自分と共通点があるほど興味を持ちますが、インスタアカウントの場合、見込み客と確実な共通点は『住んでる地域』なので、サロンのある場所を目につく場所に掲載してください。

例えば・・・

名前/〇〇市美容師/〇〇特化/〇〇のお悩みを解決！

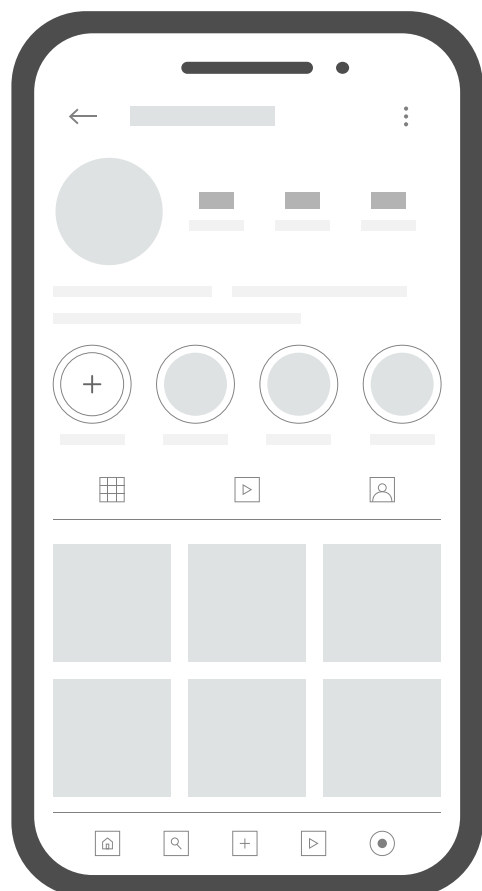
など・・・

地名を目立つ場所に入れてみてください。



ポイント2: 発信内容を入れる

インスタユーザーはプロフィール名を見て、「このアカウントはどんなアカウントなのか？」を判断します。



どんな人？
何を発信してる？

なので、

- 何について発信しているのか？
- 何にこだわっている美容師なのか？

この2つがわかるようにしておきましょう。



ポイント3: 検索を意識

プロフィール名はインスタ内で不特定多数を検索したときに表示されます。(あまりアカウント名で検索することはないですが、考慮しておきましょう。)

例えば、「縮毛矯正」「髪質改善」「白髪染め」などで検索したときにそれに関係あるアカウントがヒットします。

なので、自分のサービスの特徴でお客様が検索すると思われるワードをプロフィール名に入れておきましょう。



プロフィール文章

プロフィール内容も非常に重要です。

お客様は3秒で離脱すると言われるので、3秒で理解できる内容にする必要があります。

なので、箇条書きで要点を絞って書くのが大切です。

お客様が「知りたい」と思う内容や自分のお客様に対する思いを入れることで好印象を与えることができます。

入れる項目は・・・

- ・店の場所「〇〇駅徒歩〇〇分」
- ・誰に届けたいか？
- ・特化内容・こだわり
- ・得られる未来
- ・美容師としての思い
- ・予約動線

などを入れていきましょう。

「続きを読む」をタップしなくても見える部分には、特に伝えたい内容で、わかりやすく書くことが大切です。

健康・美容

Natural 青森新町店 【青森駅徒歩7分】

【クセ・ダメージ・広がりのお悩み】

●乾かすだけでまとまる

●朝も楽々でアイロンもいらない髪... [続きを読む](#)

hair-kawai.com/lp、他2件

「続きを読む」を
タップせずに
見えるのは4行のみ

以下の「例」を参考にして、自分なりの文章を作ってみてください。

例1

艶々で乾かすだけでまとまる髪に

「サロン〇〇」 〇〇駅徒歩〇〇分

- もう痛ませない！
- カットだけで変わる
- まとまるつや髪に少しでも興味があればDMください

必ず綺麗にします！！

↓ 口コミはこちら ↓

例2

「サロン〇〇」 〇〇駅徒歩〇〇分

外国人風カラーは僕にお任せ！！

- ・ できないと言われた
- ・ 痛むからブリーチしたくない

そんな思いの人を救いたいです！！

オリジナルカラーでブリーチなしでも余計な赤みを感じません

まずはご相談ください ↓ 1日3名限定

↓ 無料ライン相談 ↓

例3

1分ズボラヘアケアを配信中

【クセ・ダメージ・広がりのお悩みを解決！】

「サロン〇〇」 〇〇駅徒歩〇〇分

- 乾かすだけでまとまる
- 朝も楽々でアイロンもいらない髪
- 何もしなくても綺麗な髪

そんな理想を叶えます！

さらに詳しくはURLをタップ

↓ 【DM】からのご相談や

↓ ご予約もお気軽に

このようなイメージで、「自分の伝えたい内容」を「お客様が求めること」に変換して訴求することが大切です。

※プロフィールは、同じ期間に何度も変更できないので、まずはメモなどにまとめて試行錯誤してから変更しましょう。



Jin kawai / と出巻"美容師"の「集客術 × リピート術」

zero.web_jin

ブロガー

\もっとはやく知りたかった！/
お客様にもっと喜んでもらうための
《集客術とリピート術... 続きを読む

hair-kawai.com/hp/646-2

URLをリンクできる

インスタでは、URLをリンクすることができます。

なので、ここに見てほしいWEBページをリンクするのですが、リンクのものとしては・・・

- ・ホットペッパー
- ・ブログ
- ・ホームページ
- ・LINE

などが考えられます。

なので、予約動線をイメージしてリンクを貼っていきましょう。

イメージとしては・・・

【ホットペッパーの指名予約ページで予約を促す】

【ブログをリンクして自分を深く知ってもらう】

【ホームページで予約までの動線を引く】

【LINEで予約を促す】

などのように自分の予約動線をリンクしてください。



予約動線になるものをリンクとして選ぶ

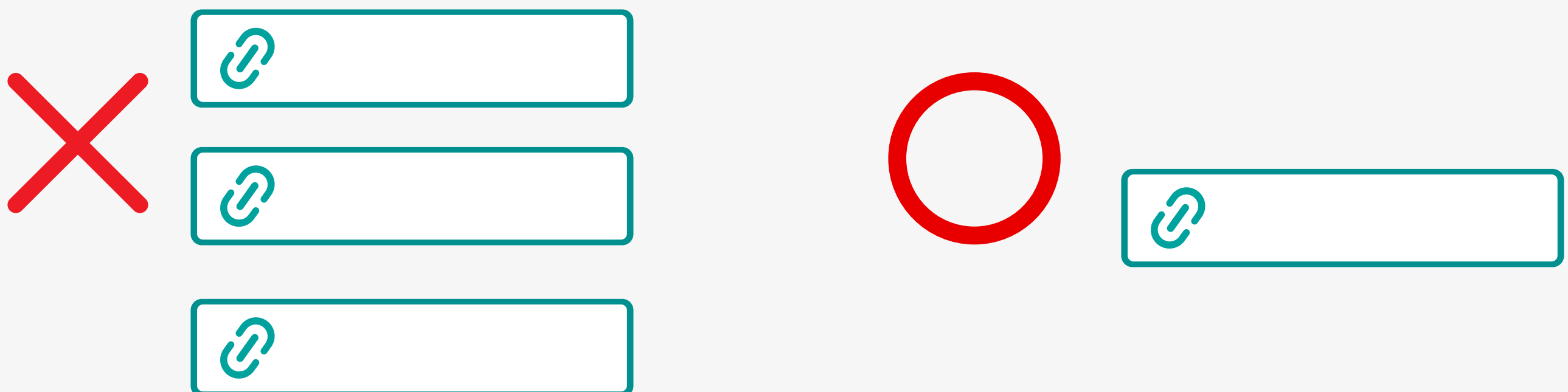
※複数のリンクは注意が必要です。

基本的にお客様はクリックすることを嫌います。

リンクした先が色々枝分かれしていると、どれを見るか迷ってしまい、面倒だからそのまま閉じる・・・なんてことも多いです。

僕自身も以前は3つのリンクを利用していましたが、次にクリックされるアクセスが激減しました。

なので、具体的な戦略がない場合は、たくさんリンクするのはおすすりできません。



基本的には、1つのみに絞りましょう。



プロフィールページが整ったあとは、
【期待→安心→信頼→予約したくなる】

このイメージでハイライトを作っていきます。

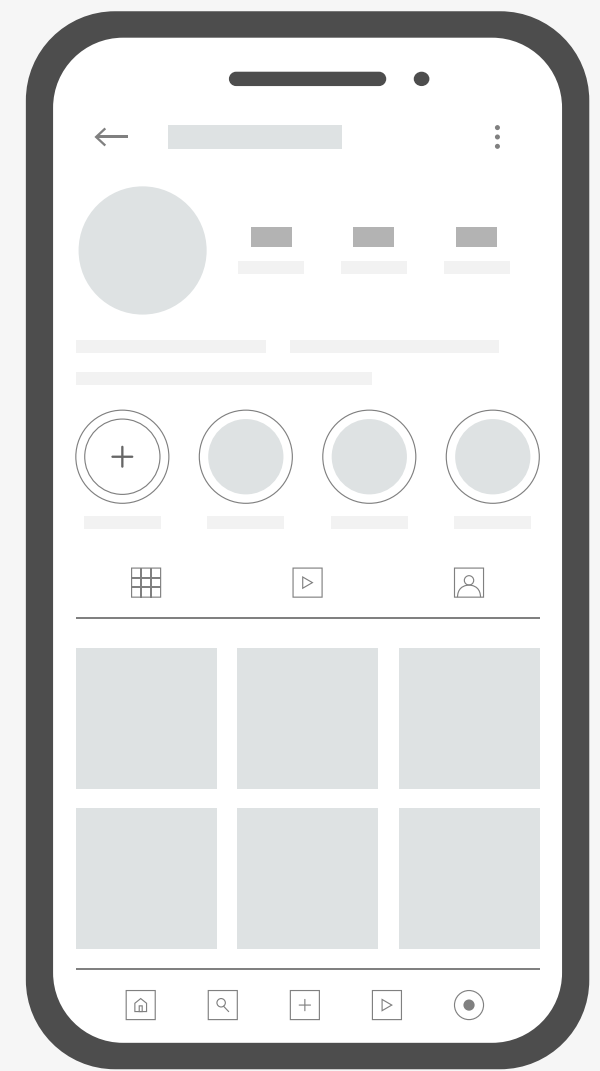
この流れでハイライトがあれば、あとは見てもらえるように、日々のストーリーや投稿の最後のページで「詳しくはこのハイライト見てね」と促すことで来店意欲を高めることができるので、ハイライトを整えてみてください。



ポイント1: 疑問をすべて解消

インスタのハイライトは、「お客さんはどんなことを知りたいかな？」ということイメージしてみてください。

疑問に思ったことを
聞かなくても解決できる！

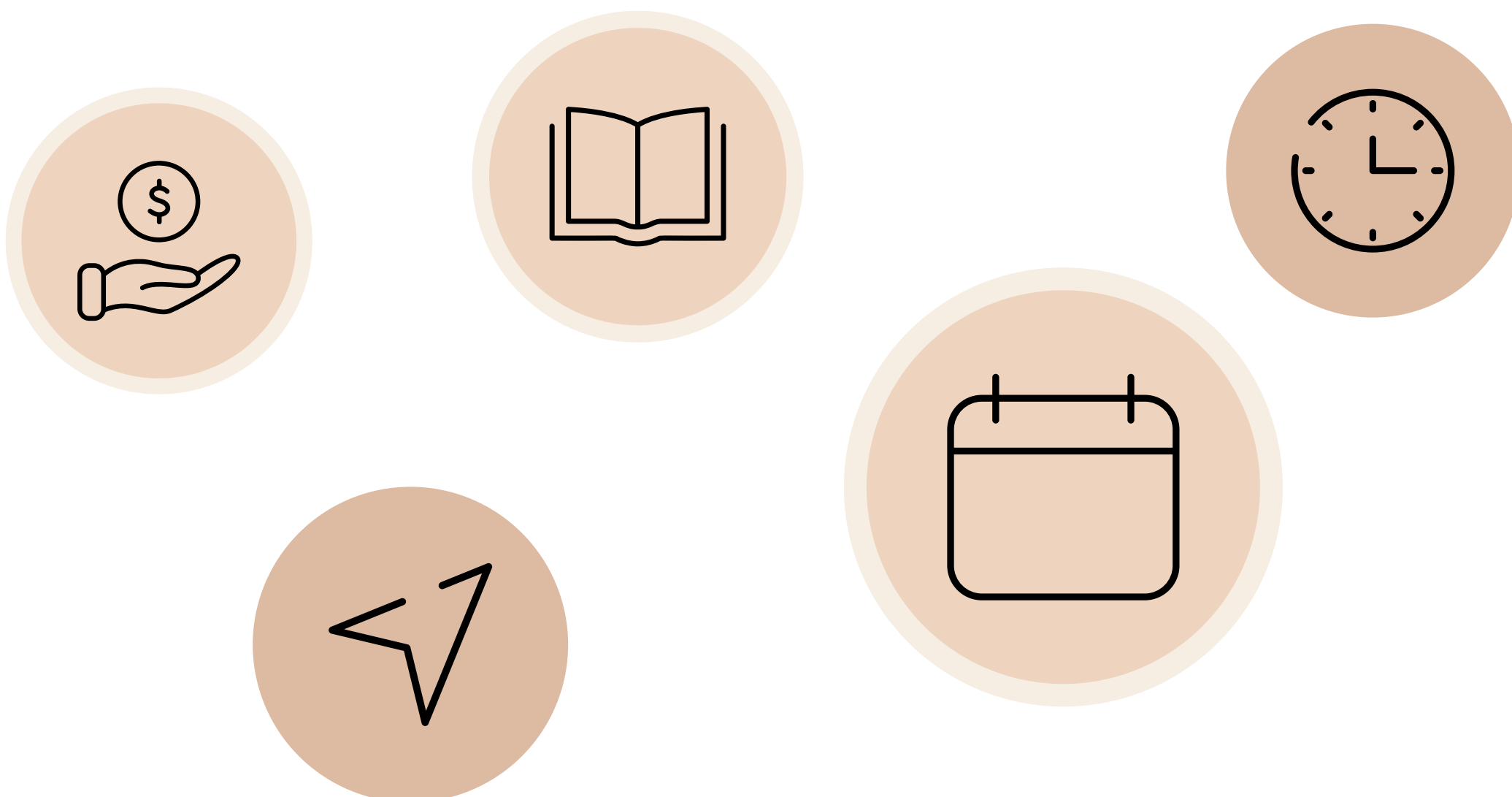


これを目指すことが大事です。

例えば・・・

- どんな美容師さんなんだろう？
- 他の人の口コミを見たい
- どんな雰囲気のお店だろう？
- 場所はどこだろう？
- もっと詳しいメニュー詳細を見たい
- 他との違いを知りたい
- 自分の髪で写真みたいになるか不安
- 自分の悩みも解決してもらえるか不安

このような疑問を解消できる内容にしてみてください。





ポイント2: 顧客心理に合わせて配置

ハイライトの順番も非常に重要ですが、この順番は、初めて自分を知った人が「何を疑問に思うか？」という部分を意識してみてください。

具体的な順番に正解はなく、アカウントによって最適なものは変わるので、理想は運用しながらインサイトを見て、自分に合ったものを探す必要があります。

ですが・・・

まずは、今までの僕のクライアントさんで結果につながっている【基本パターン】がありますのでこれを真似してみてください。

その順番と内容は・・・

01 口コミ

ホットペッパーの口コミやGoogleの口コミなど今までいただいた口コミをスクショなどでストーリーに掲載しハイライトに残してみてください。

DMでの感想もあります。



02 プロフィール

「自分のこだわりについて」
「そのこだわりに至った理由」
「美容師になった理由」
「美容師をしていて嬉しかったこと」
などを掲載しましょう。

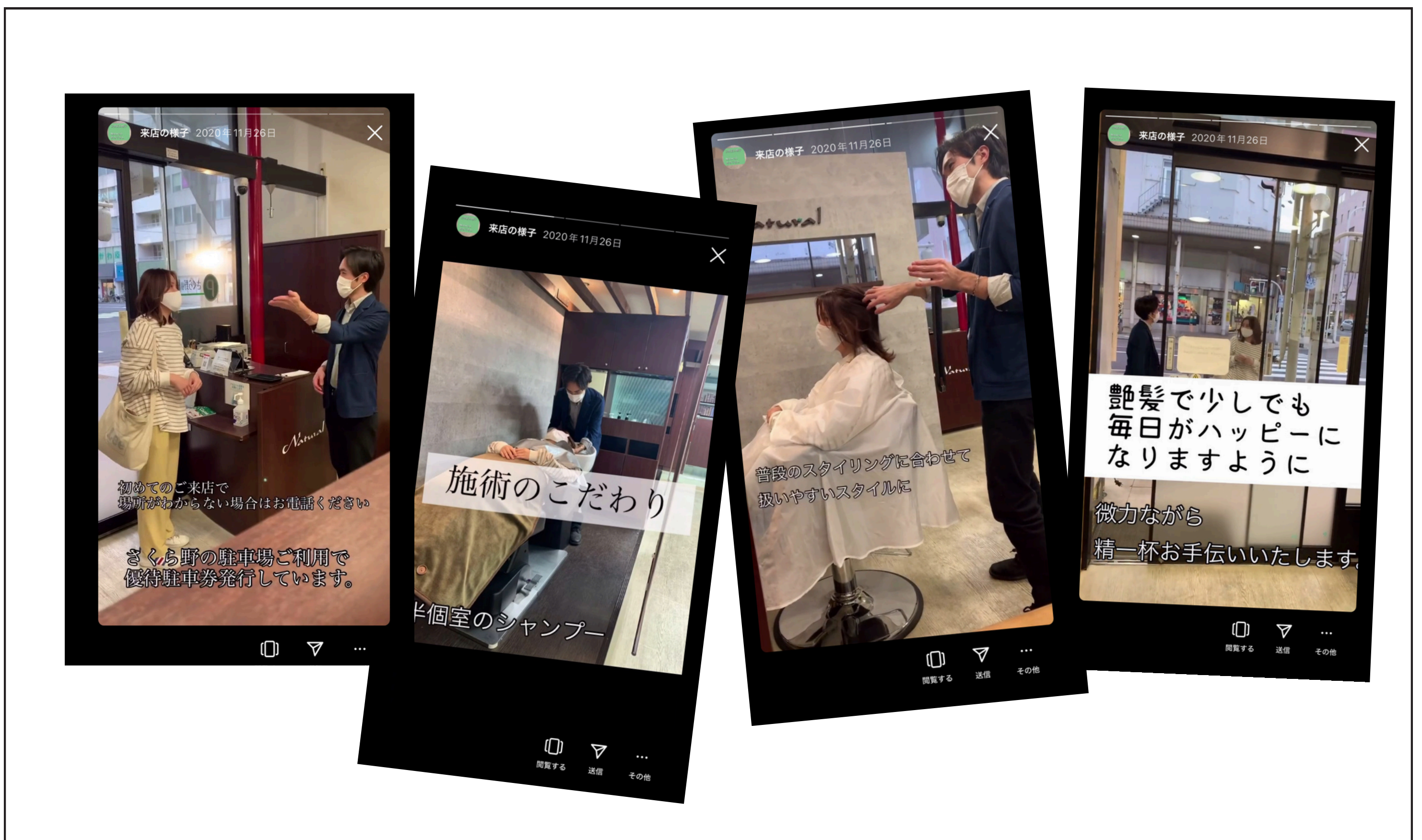
おすすめは、イメージしやすいように物語をイメージして掲載してみてください。



03 来店から帰店のイメージ

お客様が来店してから、お帰りになるまでの流れを示すことで、お客様がイメージしやすく来店のハードルが下がります。

なので、動画で撮影し掲載してみてください。



04 料金

全てを書くイメージではなく、自分が推したいメニューを絞って掲載しましょう。



シンプルに
見やすくすることが大事です。

05 予約方法

まずは、「どのように予約してもらおうか？」を決めていてください。

- リンクURLの予約サイトに案内
- DMで予約
- LINEで予約

おそらくこの3つのどれかがベターだと思いますが、1つに導線を選んで見てください。

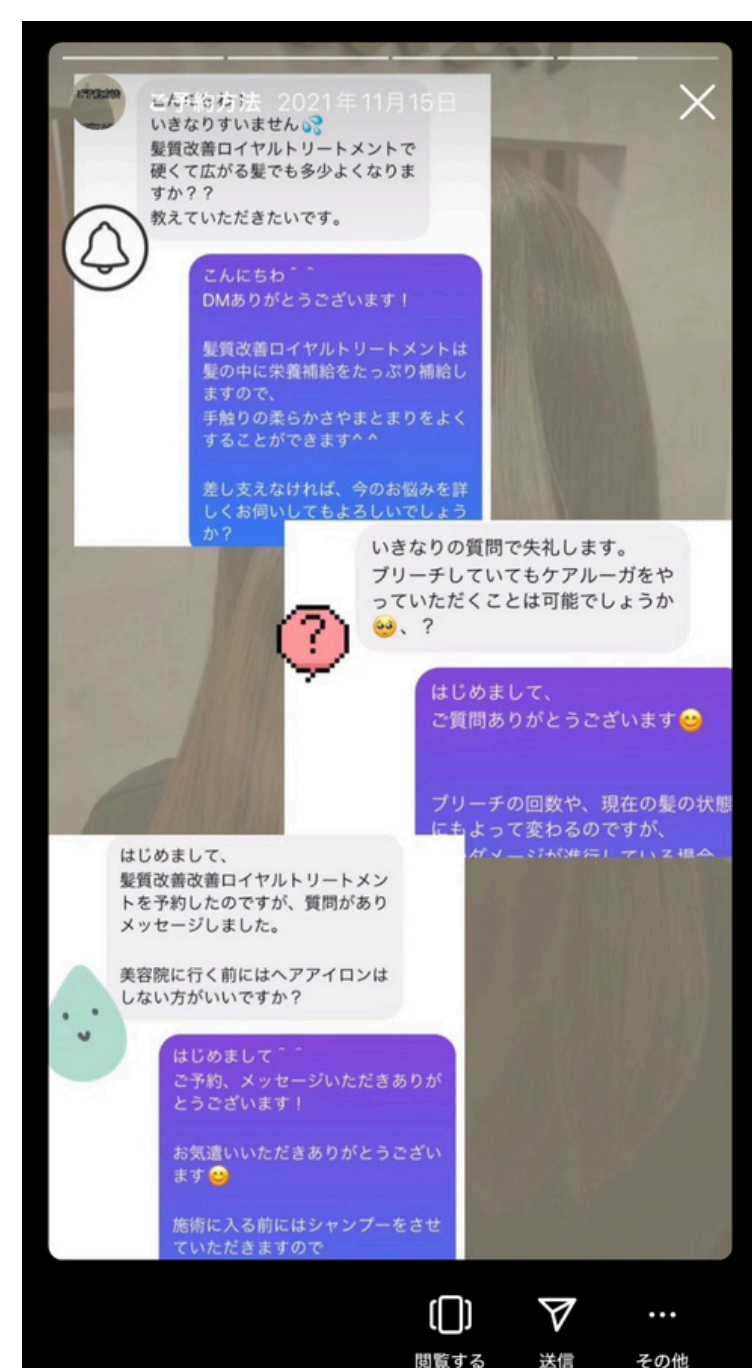
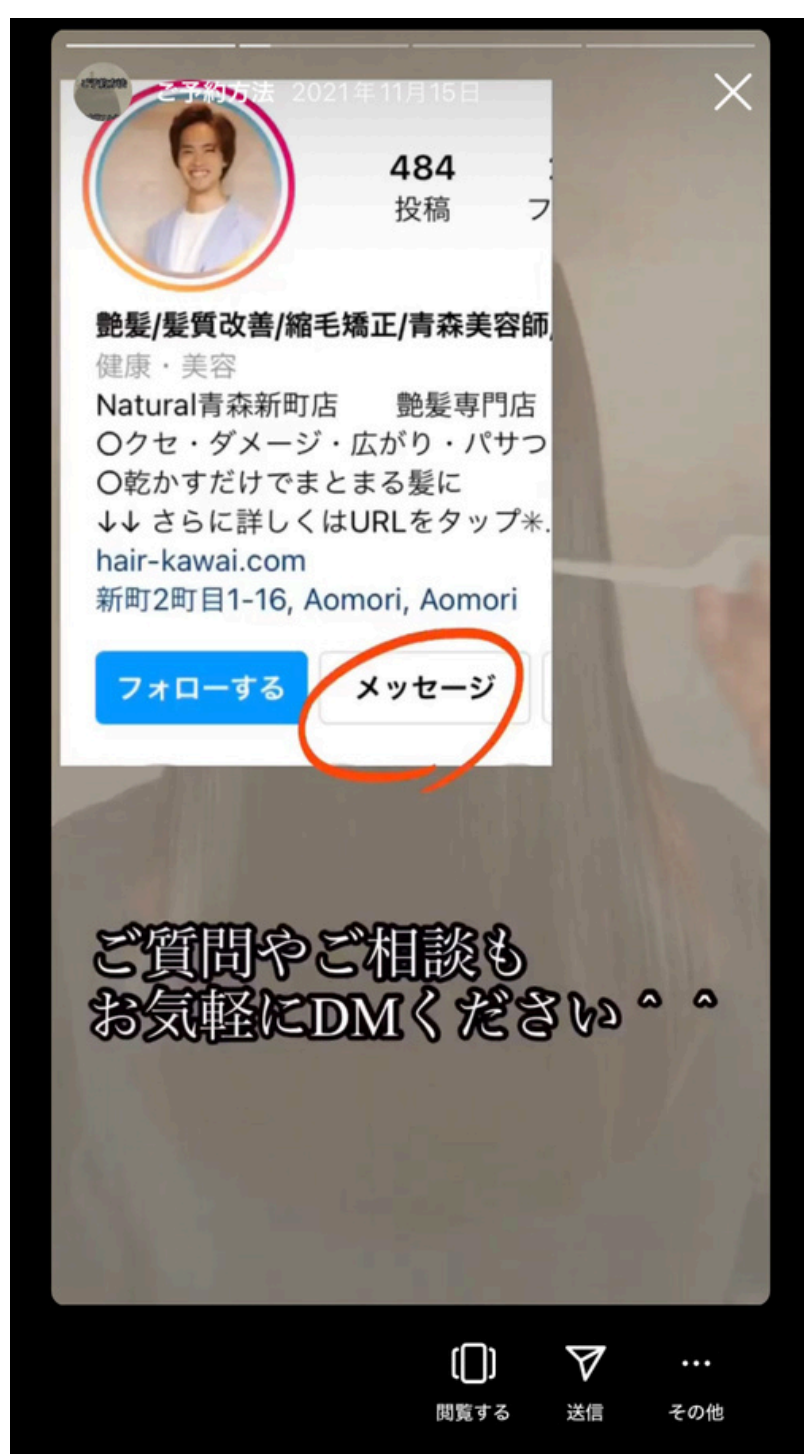
※いくつも作るとお客様が迷ってしまいます。

決まったら「どのように予約するか？」を実際の操作画面で掲載することが大事です。

例えば・・・

DMであれば、

「どんなDMで予約するのか？」をわかりやすくすることが大事です。



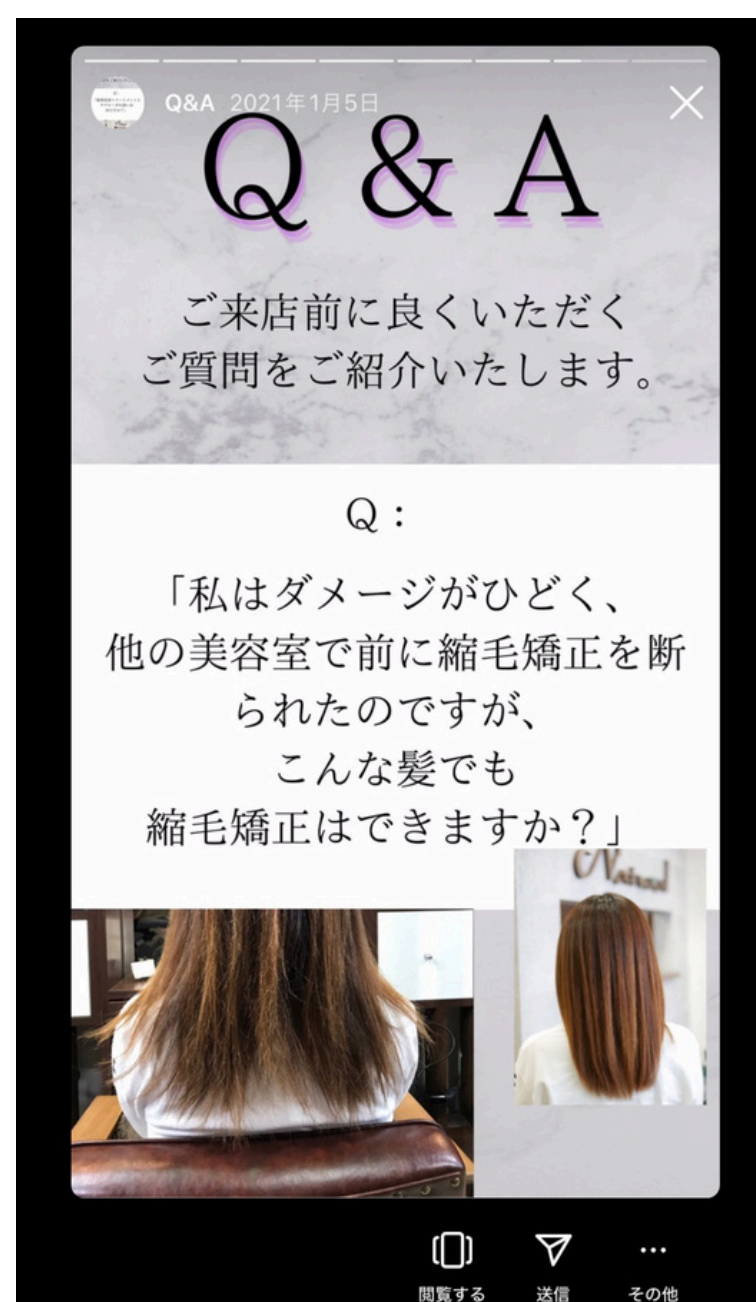
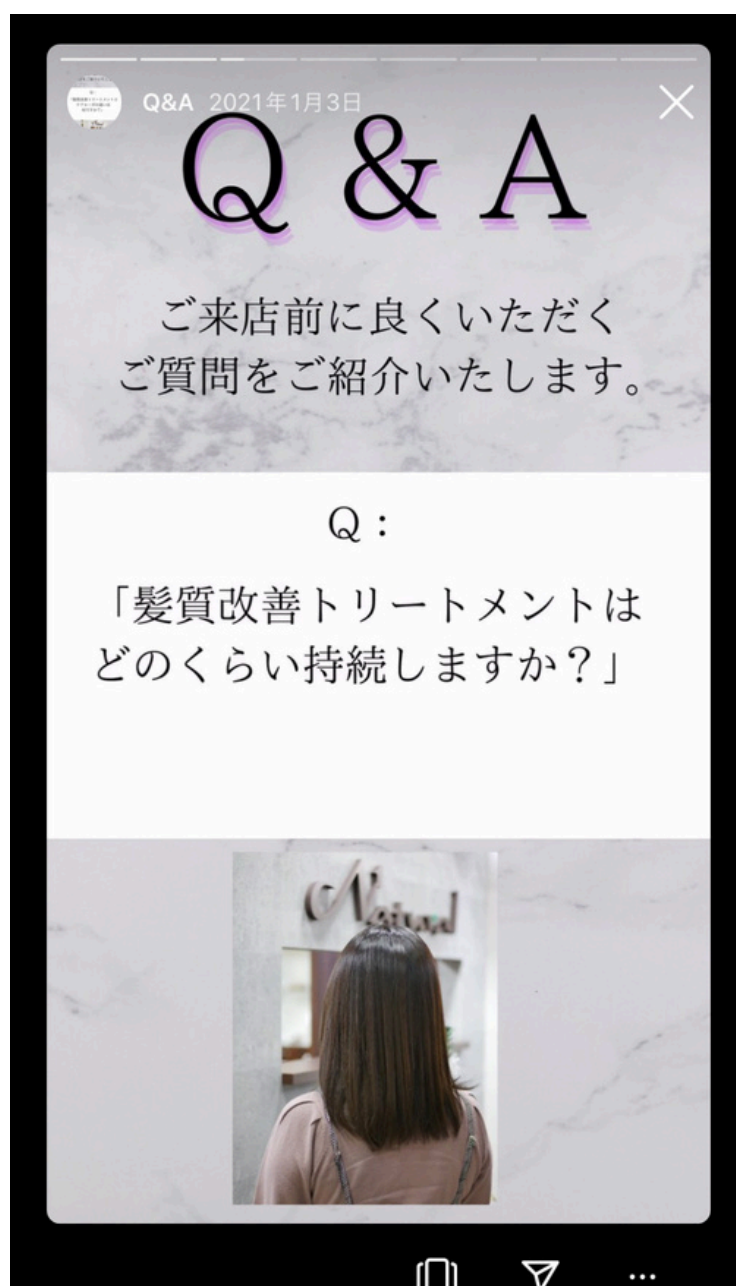
06 道案内

近くの駅など「誰もが知っている場所」から実際に歩きながら動画を撮影し、編集してみてください。



07 よくある質問

お客様が疑問に思いそうな部分をできる限りたくさん用意し、Q & A方式で掲載してみてください。





プロフィールの内容が整ってきたら、最後に投稿のデザインを決めていきます。

インスタ運用で、「統一感があるといいよ」と聞いたことがある人も多いと思いますが、この統一感とは…

- ・どんなことを発信しているアカウントかわかる。
- ・プロフィールの見た目が綺麗。

という2つが重要です。

お客様が気になってプロフィールを見たときに、「この人はこんな美容師さんなんだ」と感じてもらったり、「なんか見やすく綺麗だな」と思ってもらうことが重要です。

なので、美容師さんの投稿でおすすめなのは、発信内容を属性ごとにデザインを分けて配置する方法です。

例えば…

○メニューや店舗情報の紹介

○施術事例

○自宅ヘアケアについて

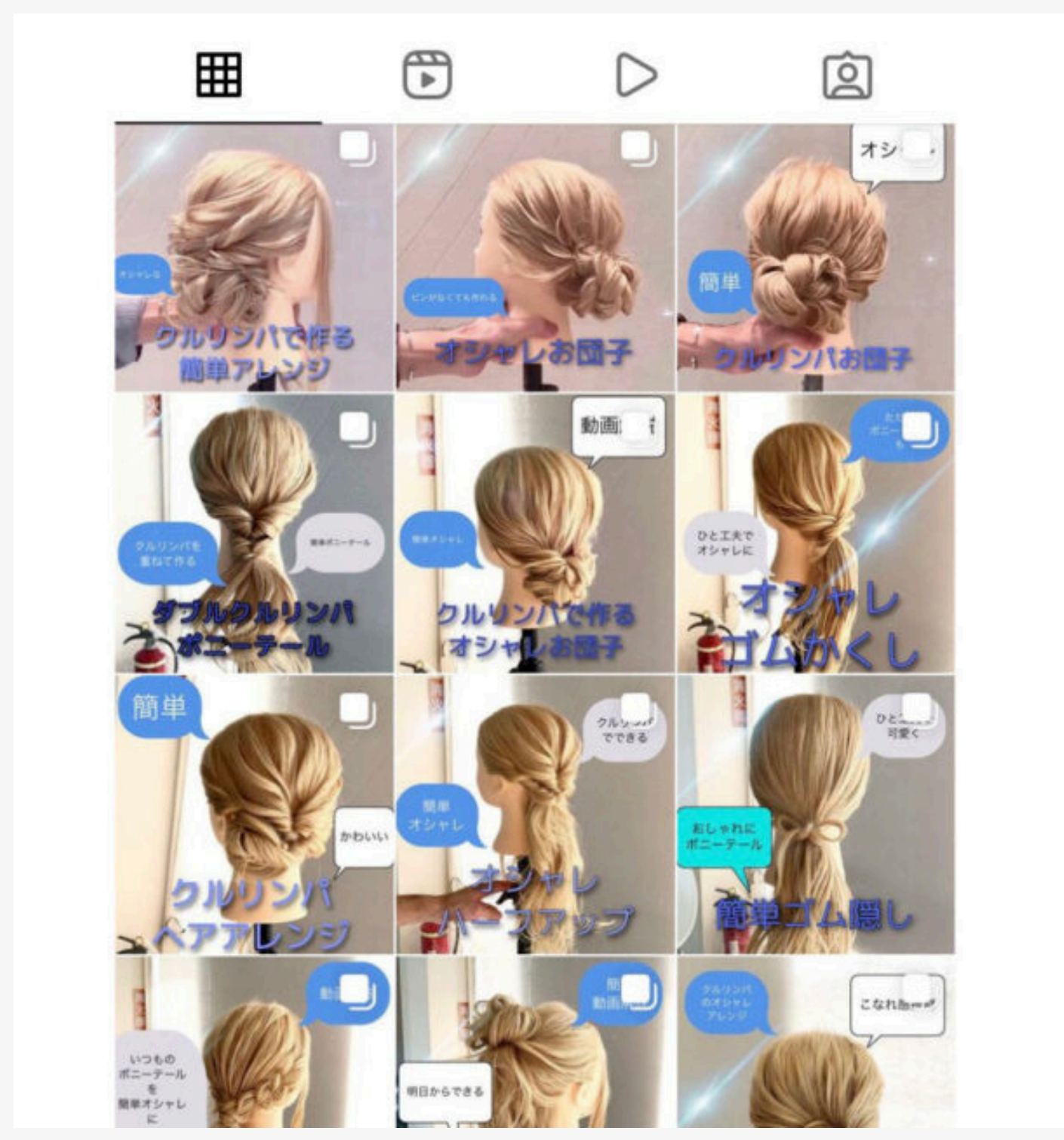
列ごとにデザインを分ける

○ 施術事例



○ 自宅ヘアケアについて

2つのデザインを交互に投稿



1つのデザインに絞る

このように見た目が綺麗に見えるデザインの基盤を作ってみてください。

ここでのポイントは、文字を見せたい発信と写真を見せたい発信で分けることです。

例えば・・・



ヘアスタイルを見せたいのであれば、
文字はシンプルに。



文字を読んで欲しいときは、
背景はシンプルに。

このように狙いを決めて、デザインの基盤を作って
行きましょう。

具体的な効果的な発信内容については、第3章で詳
しく紹介します。

また、投稿のデザインの作り方は動画で詳しく紹介しますので、こちらも参考にしてみてください。





美容師特化のインスタ集客

第3章

ネタが無限になる
発信内容

ネタが無限になる 発信内容

第2章の内容でアカウントが整った後は、アカウントを見てもらうための興味を惹く発信をしていきます。

ですが、発信でよくお聞きする悩みは・・・

- 何を発信していいかわからない
- ネタがあまりない
- 集客につながる内容がわからない

そんなお声が多いです。

なので、これを解決する結論からお伝えします。

それは、来店してほしいお客様
【ターゲットが欲しがる内容】で発信することです。

とは言っても・・・

やはり、「何を発信したらいいのか？」を悩む人はすごく多いです。

なので第3章では、確実に目的【集客】につながる発信をするためのコツを紹介します。

第3章でわかること・・・

- 集客のための何を発信すべきか？
- 来店までの動線をどう作るべきか？
- ネタを無限に生み出す方法

集客できる発信と できない発信

インスタグラムで一番やってはいけない発信は【**宣伝の発信**】です。

例えば・・・



~~この色は
僕しかできない！！~~



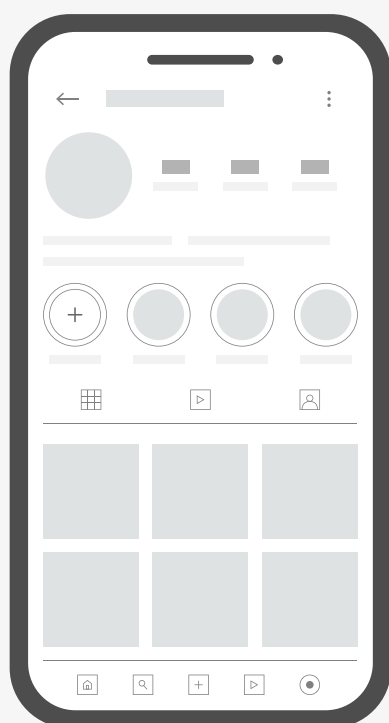
~~この**艶髪**になりたいなら
予約してね！~~

このような発信は、集客から遠のいてしまいます。

お店に来てほしいと思って作る内容は必ず「宣伝」の要因が強くなってしまいますが、インスタではこのような宣伝に感じる発信は一番嫌われます。

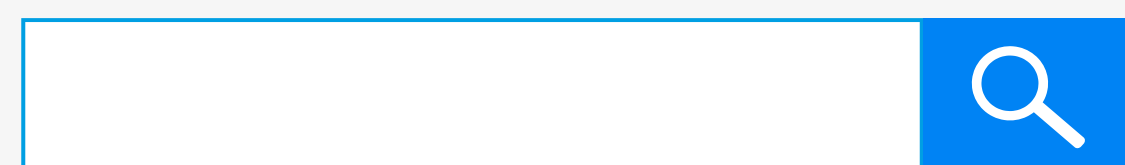
インスタを見ている人は、暇つぶしになんとかくみているので、宣伝の情報は全く求めていないのです。

もしも、美容室を今すぐ探しているのであれば、インスタではなく、ホットペッパーやネットで検索したりします。



暇つぶしに眺める

Search



いますぐサロンを探してる。

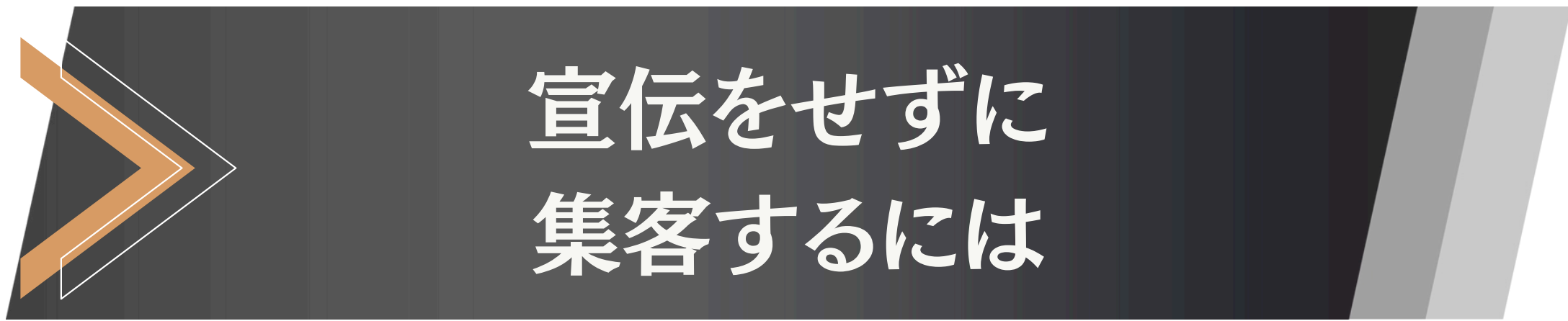
自分に置き換えるとイメージしやすいと思いますが、隙間時間になんとか開いてインスタ、YouTube、TikTokを見ている時の目的は、「なんか面白いのないかな」という気持ちのほうです。

そのような気持ちの時に流れてくる広告は鬱陶しいと感じるので、インスタの投稿で「宣伝」のような内容になればまず見てもらえなくなります。

だからこそ、「宣伝」に思われる発信は絶対にしてはいけません。



広告や宣伝はうざい・・・



宣伝が嫌われるのであれば、「何をしたらいいのか？」というところ・・・

- ①見込み客が知りたい情報や興味ある発信
↓その後に
- ②集客に繋げる動線に誘導

この2つのステップが大事になります。

そもそも見込み客は、たまたま投稿を見つけたくらいでは予約につながりません。

たとえば、インスタの発信をたまたま見つけた人が・・・

「あっ、このスタイルいいな！」



→ 「予約しよう！」

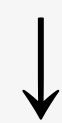


とはならない・・・

もしも仮に、そのくらいの軽いノリで予約につながったとしても、リピートしにくいお客様になってしまうはずです。

実際にお客様が来店するまでの心理としては、

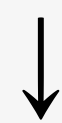
①投稿やリールを見つけて存在を知る



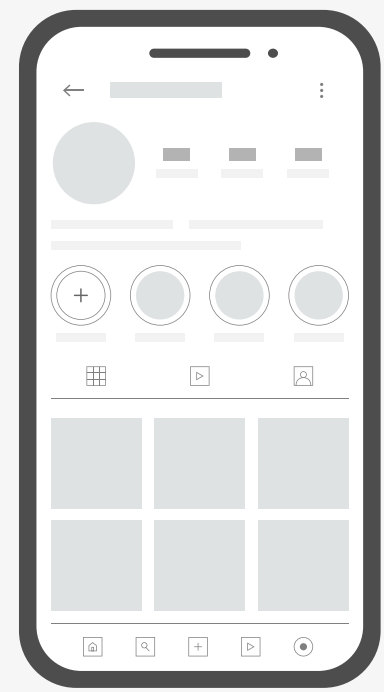
②発信内容を見て興味を持つ



③繰り返し見ることで時間をかけて信頼につながる



④期待をして予約する



このように、実際に来店までは道のりが長いです。

なので、いきなり予約を促す発信を繰り返してしま
うのではなく、まず自分を知ってもらい、興味を持っ
てもらおうことに全力を注いでみてください。

このポイントは、

- ①見込み客が知りたい情報や興味ある発信
- ② 集客に繋げる動線に誘導

この2つを分けて考えることです。



①見込み客が知りたい情報 や興味ある発信とは？

見込み客が知りたい情報や興味ある発信とは・・・

具体的には、投稿やリールで『ターゲットが知りたいであろう情報』を発信していきます。

自分が伝えたいこと

見込み客が見たいもの

そうすることで、初めて自分のアカウントを見てくれた人が・・・

この人の投稿をもっと見たい！

この人勉強になる！

この人の内容面白い！



などと感じてもらい、自分に興味を持ってもらうことを目指します。

興味を持ってもらえれば、「この人の発信をまた見たい！！」と感じてフォローに繋がります。

この人の発信を
また見たい！！



そうすれば日々の発信を目にしてくれるので、集客の大きな一歩になるのです。



② 集客に繋げる 動線に誘導とは？

投稿やリールで発信に興味を持ってもらった後は、ストーリーやハイライト、リンクURLを活用していきます。

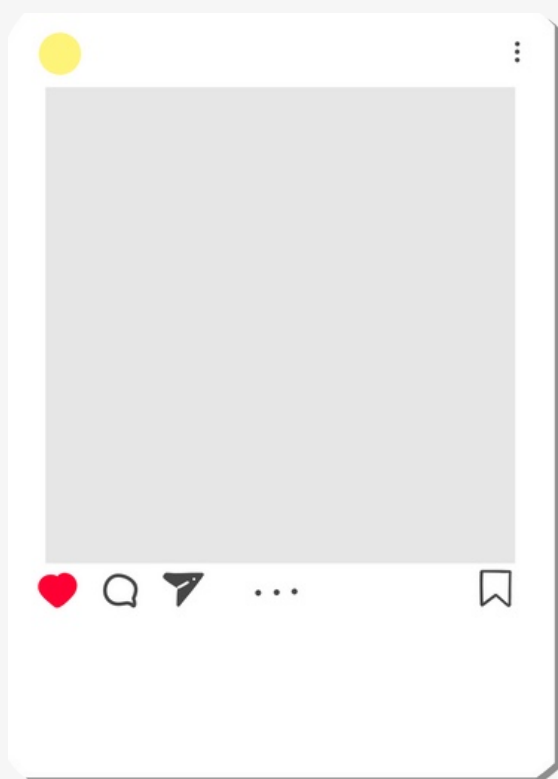
実際に来店に繋げるための「情報」や「宣伝内容」をハイライトやリンクのURLで紹介して、それを見もらえるように、ストーリーや投稿の最後のページで誘導してみてください。



自分が伝えたいこと（集客の宣伝）は、ストーリーや投稿の最後のページでハイライトやURLに誘導する。

イメージとしては、投稿やリールでは「どうしたらインスタ発信で役に立てるか？」だけを考えて内容を作ります。

そして、ストーリーでは「どうしたら実際に来店したくなるか？」をイメージして内容を作っていくことです。



どうしたらインスタ発信で役に立てるか？



どうしたら実際に来店したくなるか？

インスタ集客の鍵は 今の顧客

「新規集客をバンバンしたい！！」と思った場合、来店する可能性がある見込み客に発信が届くようにしなければなりません。

- ・ インスタアカウントを伸ばす
- ・ フォロワー1万人以上
- ・ リーチ1万以上

通常であれば、上記の指標を当たり前を目指さなくてははいけません。

なので、一般的なインスタ運用のノウハウを駆使しながら試行錯誤してインスタを運用する必要があり、時間も労力もかかります。

ですが！！美容師のインスタに、これは必要ないと僕は考えています。

もしも、常に50名前後インスタだけで集客したいなら、インフルエンサーを目指すべきですが、実際には、新規集客は5名いれば十分なはずです。

スタートアップでは、一時的にある程度の集客数が必要なきはありますが、ある程度顧客がついてくれば、新規集客は最低限でよくなります。

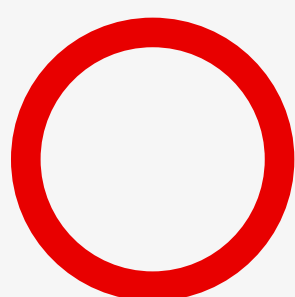
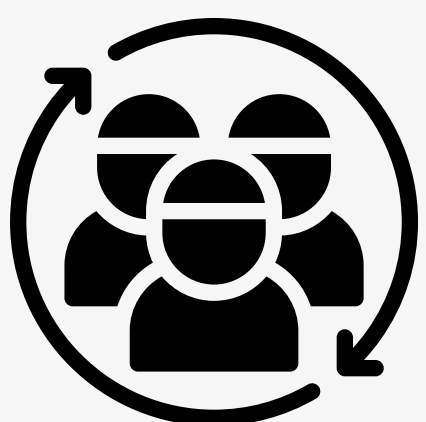
なので、新規集客よりも、

- ・来てくれたお客様にまた来てもらうこと
- ・そして、もっと喜んでもらうこと

ファンのお客様を増やすリピートのためのインスタ運用が美容師に、最適な運用なのです。



常に新規を追い続けるインスタ運用



リピートを意識したインスタ運用

今現在、通ってくれていて、自分の技術や接客を気に入ってくれている人に、「もっともっと喜んでもらえるように」

そして、来店してくれたお客様が気に入ってくれて何度も足を運んでくれたのであれば、新規集客をし続ける必要がなくなり、割引集客も、極端な煽り投稿で無理矢理集客する必要もなくなり、目の前のお客様に全力を尽くせるはずです。

そして、それだけでなく顧客のためのインスタ運用は、再来のためだけでなく新規集客につながるのも、その理由も3つお伝えします。

リピートを意識したインスタ運用が 新規集客につながる理由

- ①顧客が興味ある内容は見込み客も興味がある。
- ②アルゴリズムにも優位に働く
- ③最近では投稿が見られなくなっている



①顧客が興味ある内容は見込み客も興味がある。

自分の見込み客が何に興味があるのかを探るのは非常に難しいです。

ですが、実際の顧客であれば、普段のサロンワークでのお客様の言葉から「興味あること」を見つけることは簡単になります。

そして、その内容は必ずまだ来店したことがない見込み客も同じように興味を惹かれるはずですよ。

顧客が・・・

「知りたい情報」
「興味を惹かれる内容」



興味を惹かれる

将来のお客様になりうる
見込み客も

なので、顧客を意識した発信をつくることが、顧客満足だけでなく、新規集客としても嬉しい結果に繋がります。



②アルゴリズムにも 優位に働く

インスタのアルゴリズムは常に変化し、情報が古くなれば、ノウハウが意味をなさなくなるので、本書では、アルゴリズムに影響される内容は書いていませんが・・・

不変的で、今後変わらないであろうことがあります。

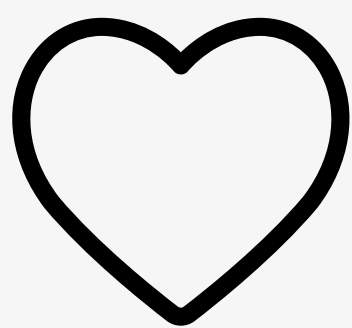
それは、インスタが繋がりを大事にすること。

Instagramには公式に発表されているミッション（使命）があります。

ミッション（使命）とは、日本で言う「企業理念」のようなものなので、不変的で且つ、これを元に今後のアルゴリズムも変わっていきます。

それは、「大切な人や大好きなことと、あなたを近づける」ということ。

このミッションを達成するため、Instagramの高度なAIがユーザーの興味・関心に合わせた投稿を表示してくれるのですが、具体的に大事にされている指標は「いいね」「保存」「滞在時間」です。



「いいね」



「保存」



「滞在時間」

投稿やリールをより長く見られることや、投稿やリールにアクション【いいね】【保存】【コメント】【シェア】をもらえることが重要です。

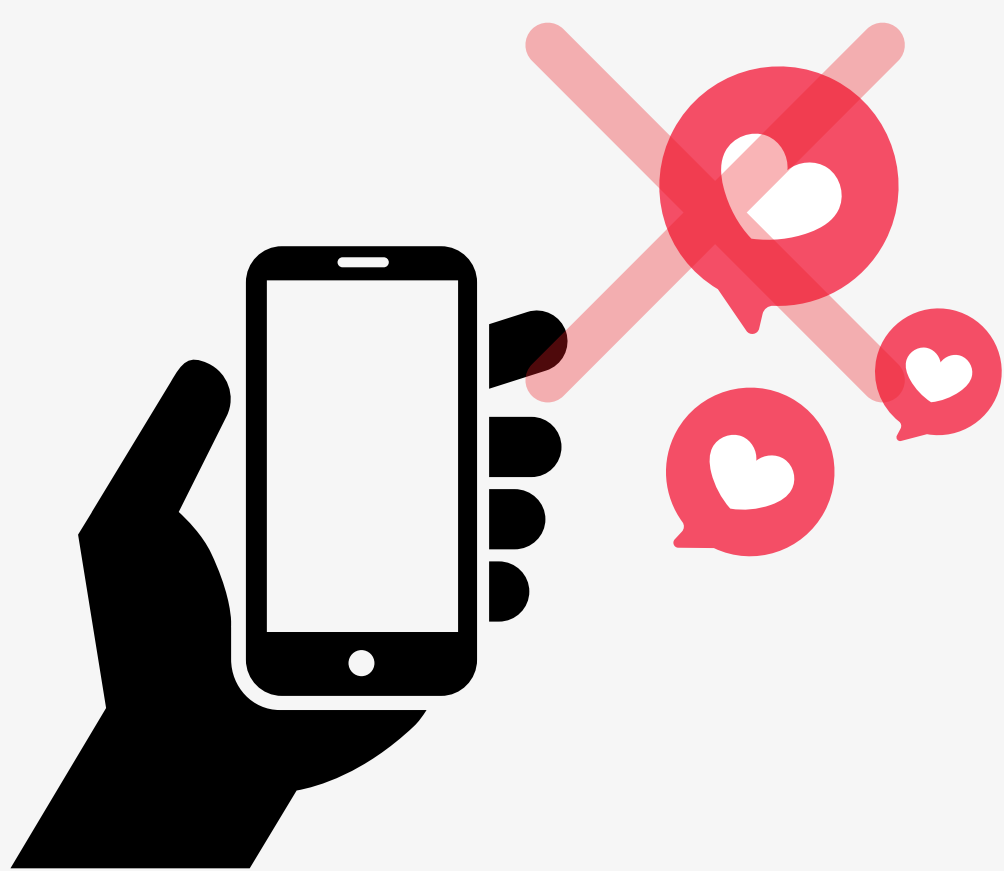
この指標の「どれがどのくらい大事か？」は変化していきますが、この指標自体が大事なものは、今後もずっと変わりません。

そして、初めて自分を知ったインスタユーザーにとって自分のアカウントは、たくさんあるアカウントの1つなので、「興味のないアカウント」です。

なので、相当良いと思わない限り、長く見ないですし、反応もしません。

ですが、自分の顧客なら・・・

お客様にとって自分のアカウントは、「自分の担当の美容師さんのインスタ」なので、発信を見てもらえる可能性も大きいですし、反応ももらいやすいはずです。

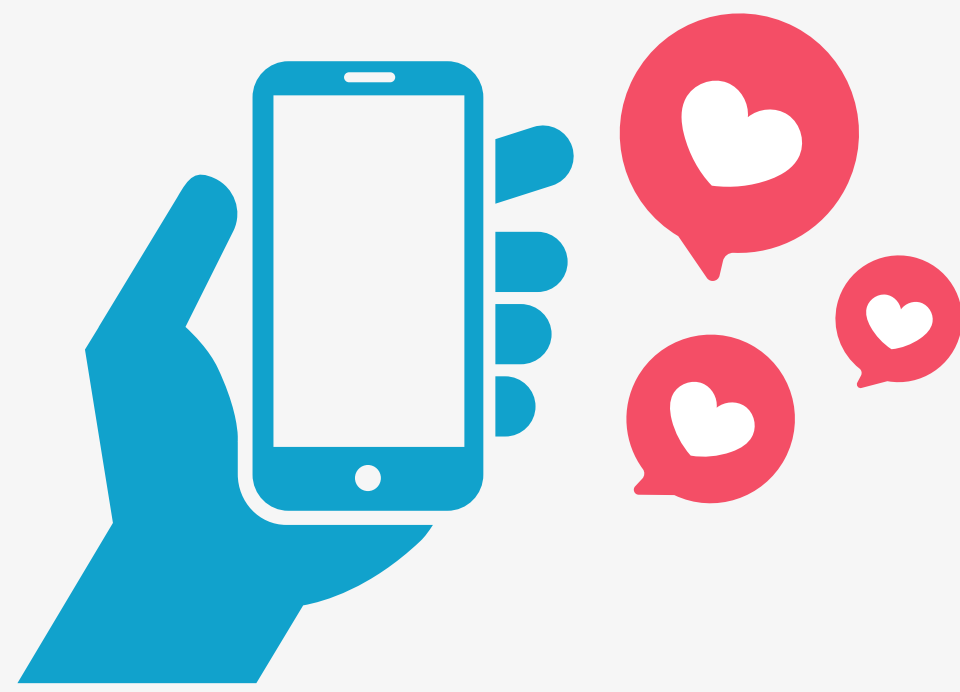


見ず知らずの人は
相当良いものにしか

「反応しない」

だからこそ、顧客なら発信した投稿を一般ユーザーよりも、ずっと興味を持ってみてくれて、いいねや保存にもつながりアカウントの評価も高まるのです。

自分の顧客なら



見てくれるし、反応もくれる！



③最近は投稿が見られなくなっている

インスタはどんどん参入も増え、情報が溢れているので、いくら質の高い発信をしても見られなくなりました。

これを解決するために、自分の発信を見てもらうためには、フォロワーと繋がることが必須になっています。

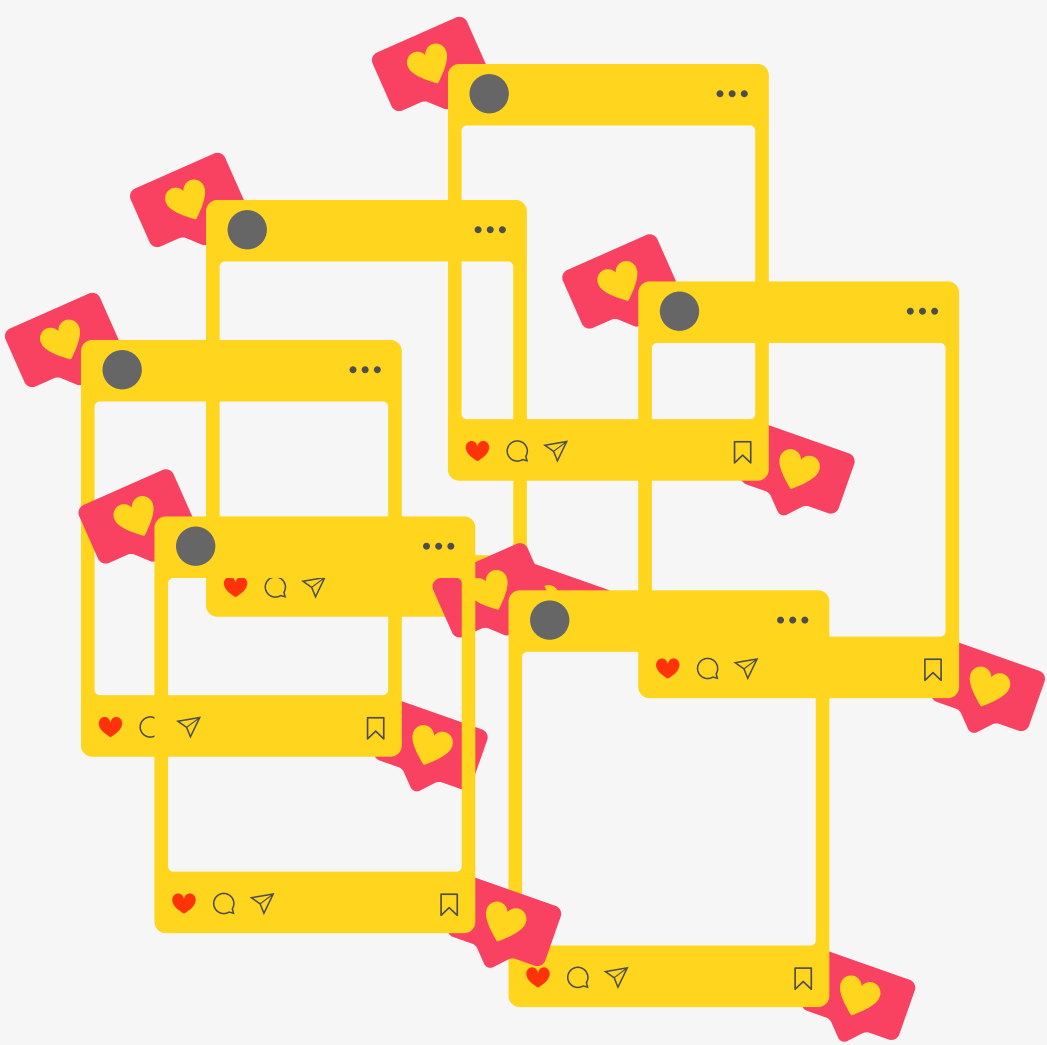
この理由は、インスタの価値が変化したことにあります。

以前には、今のトレンドや生活の知恵など、さまざまな知りたいことを投稿やリールで見やすく、楽しく、いろいろなことを知ることができる。

これがインスタの大きな魅力でしたが・・・

今では、質の高い投稿は溢れ、価値ある情報も溢れるようになり、チャットGPTなどのAI加わったことから・・・

似たり寄ったりの発信ばかりになり、インスタユーザーは情報には価値を感じなくなっています。



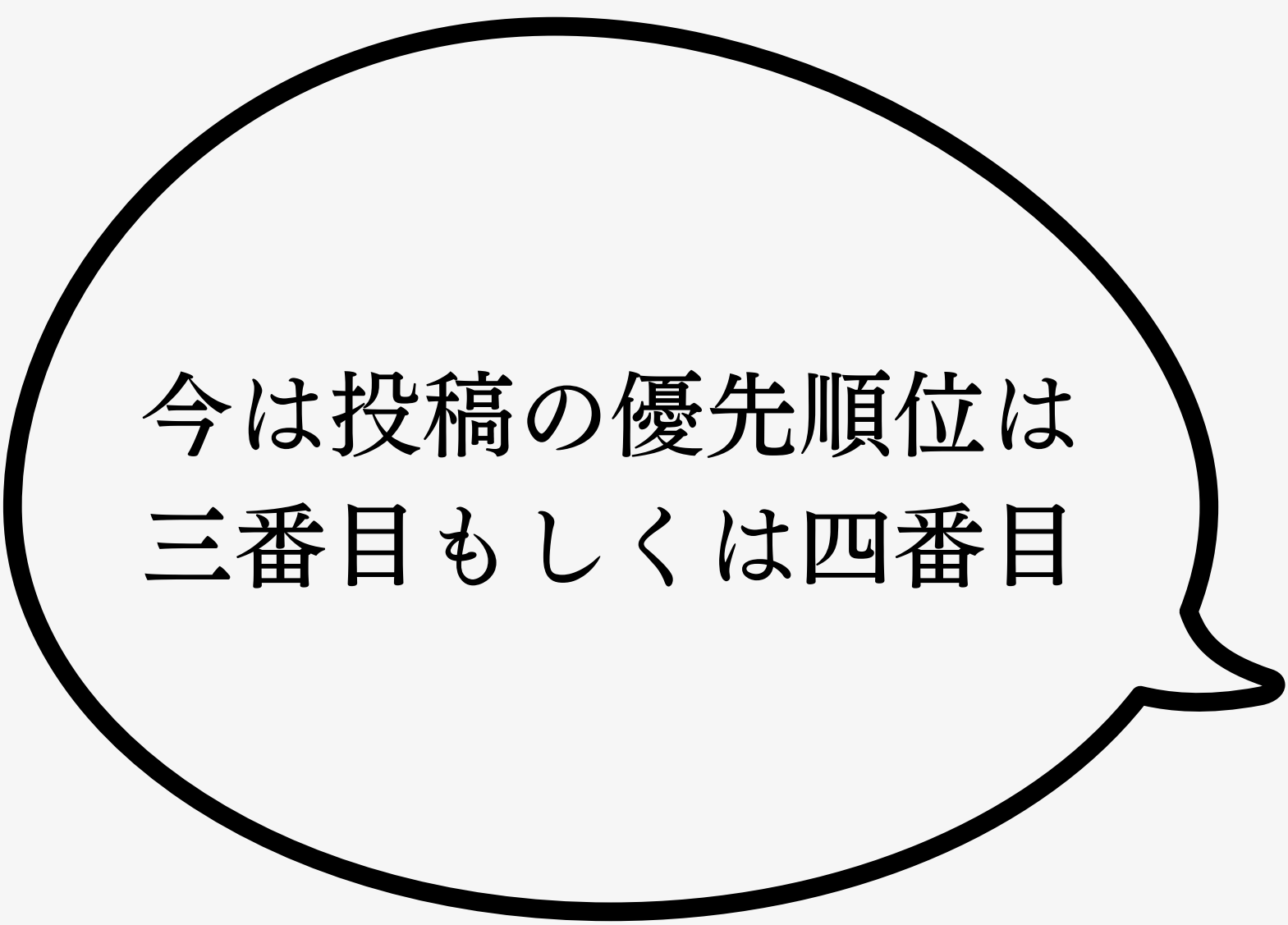
質の高い投稿は溢れ

似たり寄ったりの
情報ばかり・・・

今では何に【インスタの価値】を感じているかというと、DMやストーリーです。

今は様々なSNSがあるので、情報を集めたり、楽しさを求めるならTikTokやYoutubeショート、エックスなどでも情報収集が可能ですが、それでもインスタユーザーがインスタを好むのは、お互いに直接つながることができることが大きな理由になっています。

事実、インスタの最高責任者のアダムモッセーリ氏がある対談で、「今は投稿の優先順位は三番目もしくは四番目」という発言もあり、この発言がマーケターの中で話題になりました。



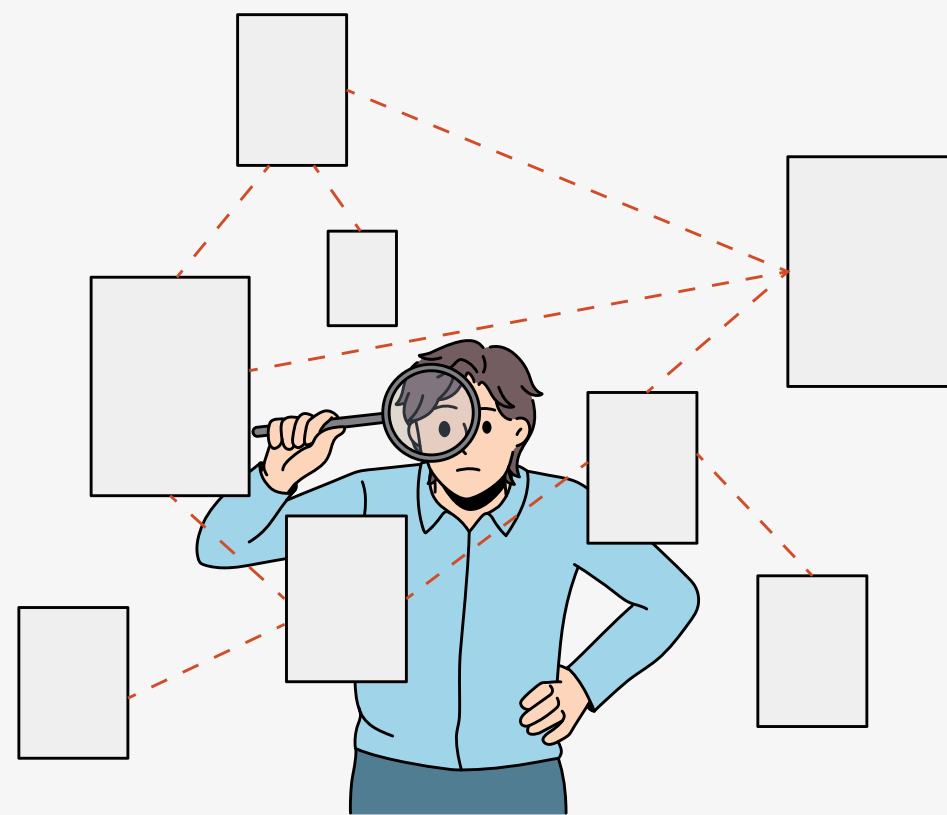
今は投稿の優先順位は
三番目もしくは四番目

1. DM
2. ストーリー
3. リール
4. 投稿

今までは、価値ある情報を発信するアカウントがインスタ側からも求められて優遇されましたが、これからは、いろいろな人とつながりコミュニティーをつくることのできるアカウントが、インスタに求められるアカウントとなっているのです。

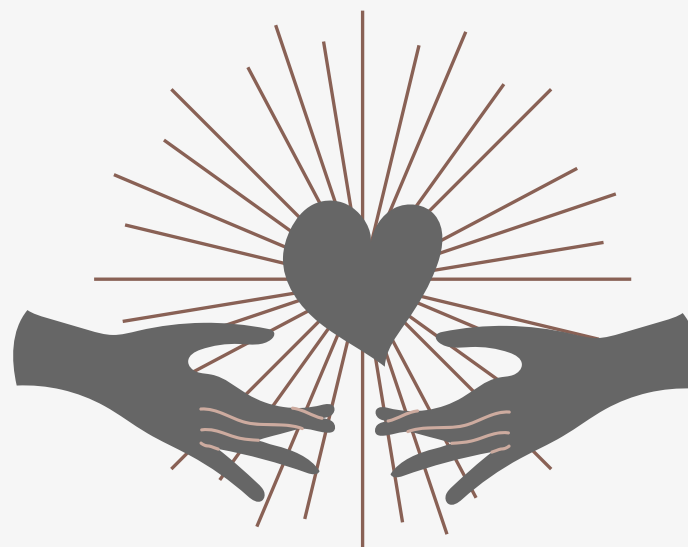
つまり、DMやストーリーで他のアカウントと繋がることが必要不可欠になるのです。

以前は



価値のある情報が一番大事だった

これからは



フォロワーとつながる運用が大事

これを踏まえて、美容師は
どう運用すべきかというと・・・

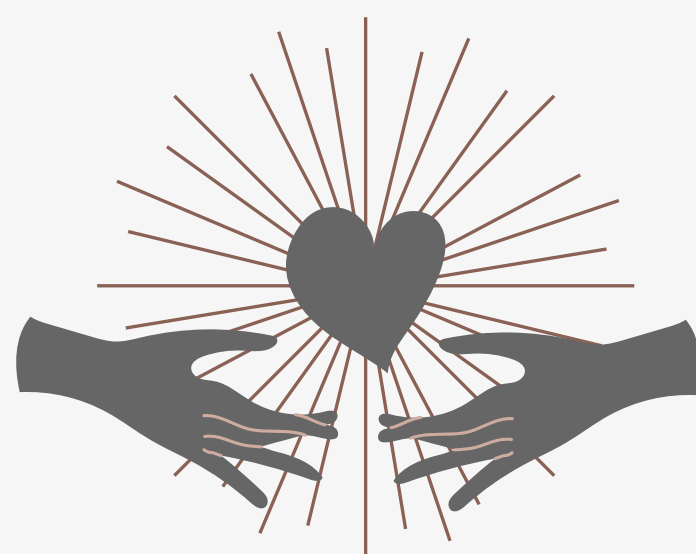
「DMはハードルが高い」

「投稿で精一杯だからどうしていいかわからない」

という人も安心してください。

美容師だからこそできることが【今、お店に来てく
れている顧客と繋がること】です。

美容師だからこそできることは・・・



見知らぬ誰かとつながるのではなく
顧客とつながる運用が大事！！

新規集客をしたいからと言って、知らない誰かとインスタで繋がるのはハードルが高すぎますし、一歩間違えれば、うざいアクションを繰り返すアカウントになります。

でも・・・僕ら美容師には顧客がいます。

実際に来店してくれている人とやり取りをするのは、知らない誰かとやり取りするよりずっと簡単なのです。

そして、顧客とつながる運用をすることで、アカウントの質が上がり、拡散されやすいアカウントになるのです。



【具体例】 何を発信すればいい？

これまでの内容で、インスタ集客において重要なのは・・・

- ・ インスタは宣伝してはいけない。
- ・ 顧客が「見たいと思う内容」を発信する。

とお伝えしました。

加えて、投稿やリールで、

「どうしたらインスタ発信で役に立てるか？」だけを
考えて内容を作り、見込み客に興味を惹く



ストーリーやハイライト、リンクURLで、
「どうしたら実際に来店したくなるか？」
をイメージして内容を作り、
フォロワーに見てもらおう誘導をする。

この2つで集客に繋げていくとお伝えしましたが…

「じゃあ具体的に何を発信したらいいのか？」と悩むと思います。

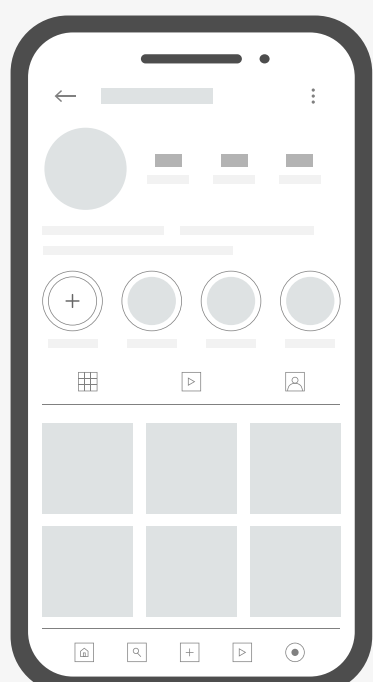
なので、具体例を元に紹介していきます。



【日々の発信のジャンル】 を決める

まず、発信する内容では【日々の発信のジャンル】を決めます。

内容の方向性はある程度一貫性が必要で、いろんな内容がごちゃまぜになってしまうと、お客様がアカウントを見たときに「この人は何者で、なにをしたいのか？」がまったく伝わりません。



発信内容に一貫性をつくる

この人は
〇〇の人だ！

インスタでは、「わからない」と感じればスルーされ離脱されるので、一目で【この人は〇〇について発信している人】と分かるようにしてみてください。

ここではその内容を【発信のジャンル】と呼ぶことにしますが、その【発信ジャンル】を決めるポイントは、自分がコンスタントに発信できる内容で、ターゲットが興味を持つ内容です。

- ・コンスタントに発信できる
- ・見込み客が興味を持つ



そんな発信内容
を選ぼう！

例えば・・・

- ① 施術事例のBeforeAfter
- ② カウンセリング動画
- ③ すぐ使えるヘアケア方法
- ④ 髪の疑問、美容室の疑問解消
- ⑤ モチベーションが上がる内容
- ⑥ 知らなかった事実が知れる内容

など

このようなイメージから自分の【発信のジャンル】を決めてみてください。

イメージしやすいように①から⑥のパターンを詳しく解説します。

※この中から選んでもいいですし、全く違うものを選んでもOKです。



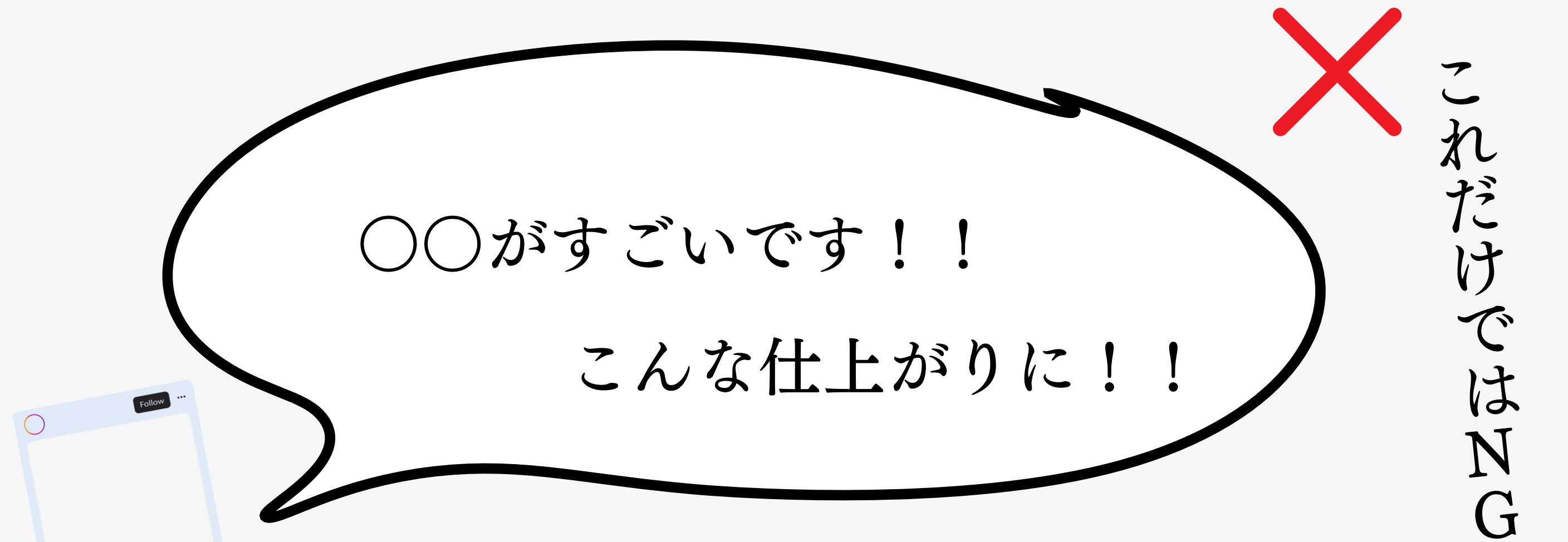
①施術事例 BeforeAfter



集客を意識したインスタ発信であれば、「こんな技術がこんなすごいです！！」「こんな悩みもこれで○○になりました！！」などの発信がベターですが、このような内容はあまりにありふれているので、どんなにクオリティーが高くても他の競合の発信に埋もれてしまいます。

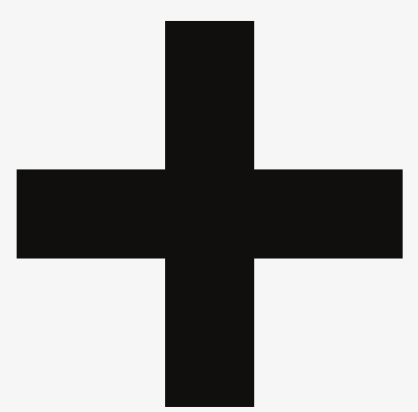
それだけでなく、技術やこだわりは一般の人から見ると違いを感じにくいので、見込み客の目には「どこにでもいるありきたりの美容師」に映ってしまいます。

なので、このような内容に自分の思い、自分の考えをプラスしてみてください。自分の思いや考えは他にない最強の差別化になります。



〇〇がすごいです!!
こんな仕上がりに!!

これだけではNG



自分の思い、考えをプラスする



例えば・・・

【施術事例のBeforeAfterの投稿】

- before
- ① ○○の悩み
- ↓
- ② ○○をすることで
- ↓
- after
- ③ ○○になりました！

これに自分の想いを加えるなら・・・

- before
- の悩みを相談いただきました。
- ① 【だからこそ○○の思いで
○○になってほしいです！！】
- ↓

②



○○をすることで
【こんなお悩みをお伺いしたので、
こんなことにこだわりました】



③

after

○○になりました！

【こんなお言葉をいただきすごく嬉しかったです！】
【今後も○○になってほしい】

このように施術したお客様への想いを加えてみてください。

そうすることで、施術したお客様が見たときに・・・
「こんなに考えてくれてたんだ」「こんなふうに思ってくれてたんだ」など伝えきれなかった美容師としてのこだわりや想いを知って喜んでくれるはずです。

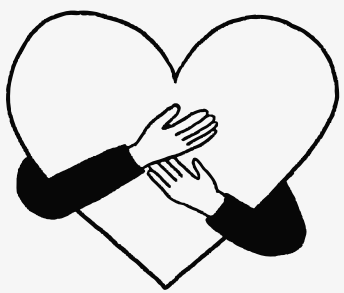
それだけでなく、見込み客がそれを見た時にも必ずプラスになるはずです。

なので一番大事なものは、「リーチをあげるため」「集客に繋げるため」これを考えるのではなく「お客様がその投稿を見た時に嬉しいと思うか？」を考えて作ってみてください。

リーチを上げるため
集客のため



よりも



お客様が嬉しいと思う内容にする

これができれば、顧客が喜んでくれるきっかけになることはもちろん、これから来店するかもしれない見込み客が見た時にも美容師としての「人柄」が伝わるので、他の美容師さんとの違いを明確に感じ予約につながりやすくなります。



②カウンセリング 動画



カウンセリング動画は、流行った時期もあり、その頃に比べれば、伸びない発信になっています。

ですが、集客効果は衰えません。

カウンセリング動画の一番の利点は、「お客様の知りたい情報がほとんど全て詰まっている」ということにあります。

- どんなお店なんだろう？
- どんな美容師さんなんだろう？
- 他にはどんなお客さんいるんだろう？

このような疑問を一気に解決できるのがカウンセリング動画です。

そして疑問を解決できることで、「信頼」「安心」につながるので来店までのハードルが大きく下がります。

なのでポイントは：

- 店内の様子がしっかりわかるように動画を撮る
- 美容師の人柄が伝わるような会話をする
- 施術前のお客様の「悩み」「オーダー」がはっきり伝わるようにする
- 施術後の仕上がりで喜んでいる様子を写す

これらを踏まえて作ってきましょう。

注意点としては、編集が足りないまま動画にするとカウンセリングの会話がだらだら流れるだけの動画になるので、見る人は飽きてすぐに離脱されてしまいます。なので、わかりやすく要点だけ残して削りつつ、シンプルに編集しましょう。



③すぐ使える ヘアケア方法



今までお客様から相談いただいたことを回答したときのような内容で、『〇〇なことがあったときどうしたらいいか？』などの内容をイメージしてみてください。

例えば・・・

『寝癖が一瞬で治る裏技』
『髪の毛の痛みはこれが原因！』
『最強の剛毛はこうやってまとめる』
『秘密のレシピ大公開』

このような内容を1つ1つ「この投稿でどう感じてほしいか？」をイメージして作ってみてください。



④髪の毛の疑問、 美容室の疑問解消



これは③すぐ使えるヘアケア方法と似ていて、お客様から質問いただいたことが参考になります。

例えば・・・

- ・シャンプーのとき首に力は入れた方がいい？
- ・白髪ってなんで生えるの？
- ・美容師さんとの会話って鏡見ながら話すのと、顔見ながら話すのはどっちがいい？
- ・どうやってオーダーするのが正解？
- ・パーカーって着ていたら迷惑？

など・・・

美容師にとっては当たり前のこと、お客様にとっては、聞きたくても聞けないことだったりするので、一般的な素朴な疑問をネタに発信をつくると興味を惹きやすいです。



サロンワークで聞いたお客様の疑問からネタにする

または、サロンについてのよくある質問も効果的です。

例えば・・

- ・夜遅い時間は何時まで受け付けてるの？
- ・5分前に着いたら迷惑？
- ・突然の用事が入っちゃった
- ・子供も連れてっていい？
- ・充電器って借りれたりするの？

などサロンについての疑問を解消するものおすすめです。



⑤モチベーションが上がる内容



ここでは、成功マインドや、励みになる言葉などを発信して、気づきやモチベーションを上げることを目的とします。

例えば・・・

『イメチェン成功する人、失敗する人』

『褒められるヘア〇選』

『自分を変えるヘア習慣』

このようなタイトルイメージから、それに対してプラスの考え方や気持ちの部分で共感を狙います。



⑥知らなかった 事実が知れる内容

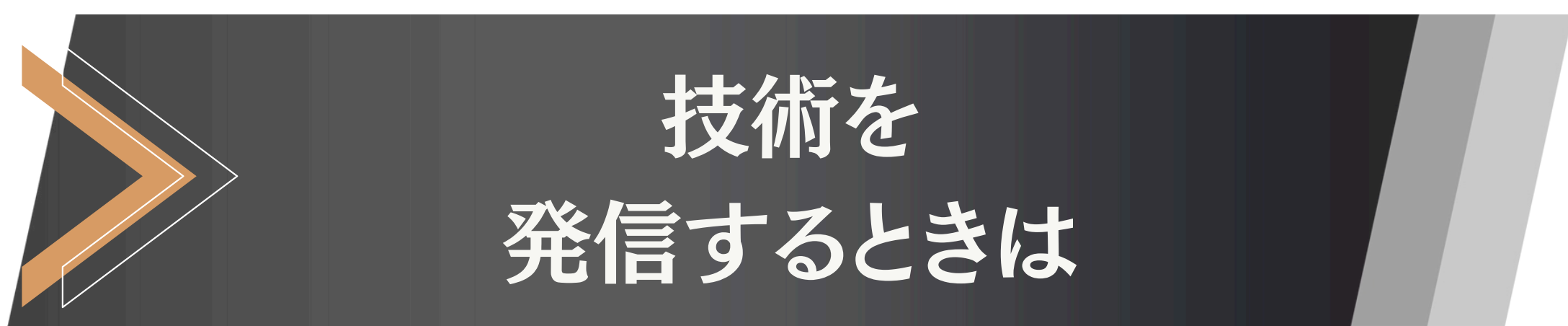


例えば・・・

- ・美容師の裏ばなし
- ・美容師から見たお客様について
- ・世の中の〇〇は美容師目線で見ると〇〇に見える

などの内容を発信します。

このようにお客様にとってインスタの発信を見ただけですぐに役に立つもの、面白い、共感できるものをイメージしてみてください。



インスタで集客する場合、美容師の技術やこだわりを発信することは必須です。

先ほどの例の・・・

- ① 施術事例のBeforeAfter
- ② カウンセリング動画
- ③ すぐ使えるヘアケア方法
- ④ 髪の疑問、美容室の疑問解消
- ⑤ モチベーションが上がる内容
- ⑥ 知らなかった事実が知れる内容

この中でサロン技術の発信にあたるのは・・・

- ① 施術事例のBeforeAfter
- ② カウンセリング動画

この2つがサロン技術を伝える発信になります。

このサロン技術の発信のパターンでのポイントは、自分の発信スタイルをテンプレート化することです。

例えば・・・

【before】

- ・ お客様から聞いた悩み
- ・ それを聞いた時の自分の思い

↓

【施術のこだわったこと】

↓

【after】

- ・ お客様から言っていた言葉
- ・ お客様に伝えたいメッセージ

これをテンプレートとして作成すれば、1人お客様を施術するたびに、1つのネタが生まれます。

イメージしやすいように作成事例を紹介します。

【作成事例】

1



2

下ろせないからずっと縛ってた・・・

癖も強いから、前は縮毛してたけど
ダメージしてやめたんです。



気分を変えて
おろせる髪に
なりたい

そんなお悩みを
聞かせていただきました。

3

「サラサラは諦めてるから」
ともおっしゃっていましたが・・・



「諦めて欲しくないです！！」
「絶対綺麗にしたい！！」

そんな気持ちで
施術させていただきました。

4

乾かすだけでまとまる髪に



「実は、すごく迷ったけど
予約してよかった」

そのお言葉すごく嬉しかったです^^

5

最後に写真を見た時も



“ 「他人みたい笑」 ”

と嬉しそうに言っていたのが
僕も思わず心の中でガッツポーズしていました笑

来て頂き、こんなに嬉しい気持ちにして頂き
ありがとうございます！！

6

ご相談いただくお客様からは・・・

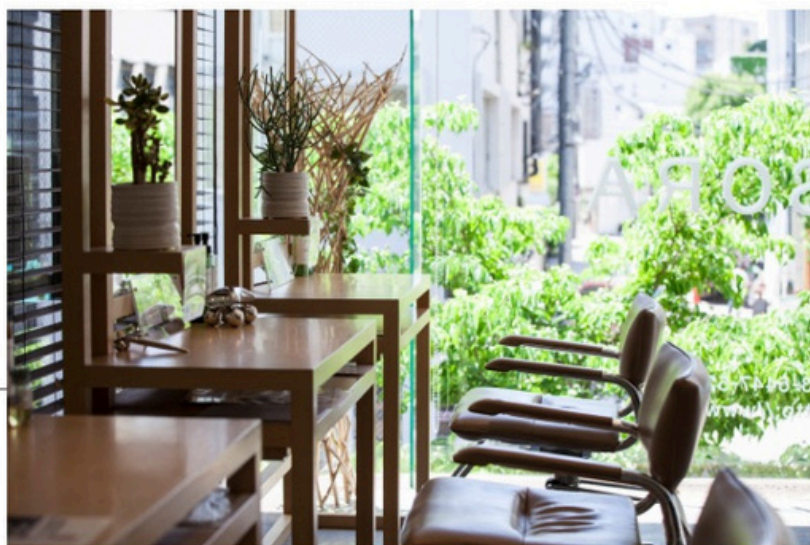
“ 「諦めてる」 ”

そんな言葉をお聞かせいただくことも多いです。

ですが、この言葉を聞くと

「絶対に理想を叶えたい！！」

と僕の中ですごく燃えてきます笑



7

本当は綺麗な髪

いろんな方法を試して、
家でもケアもして

ただ他の人より綺麗に見えにくいだけで
本当は綺麗な髪なんです。

諦めなくてもいいように、

「今より少しでもマシになれば」
ではなくて

- ・次はこんな髪型もやってみたいな
- ・こんなふうにするのもいいかも
- ・〇〇に挑戦してみよう

このようにいろんな欲が出るくらい
本当の綺麗を取り戻せるよう

美容師としてこれからも目指していきます！

このように、テンプレートに合わせるだけで効果的な投稿内容が作成できます。

なので、サロンワークで、カルテを書くように、常にメモを取ってみてください。

【カウンセリング後】

- ・ before写真を撮る
- ・ 聞いた悩みと自分の思いをメモ

【施術中】

- ・ こだわりをメモ

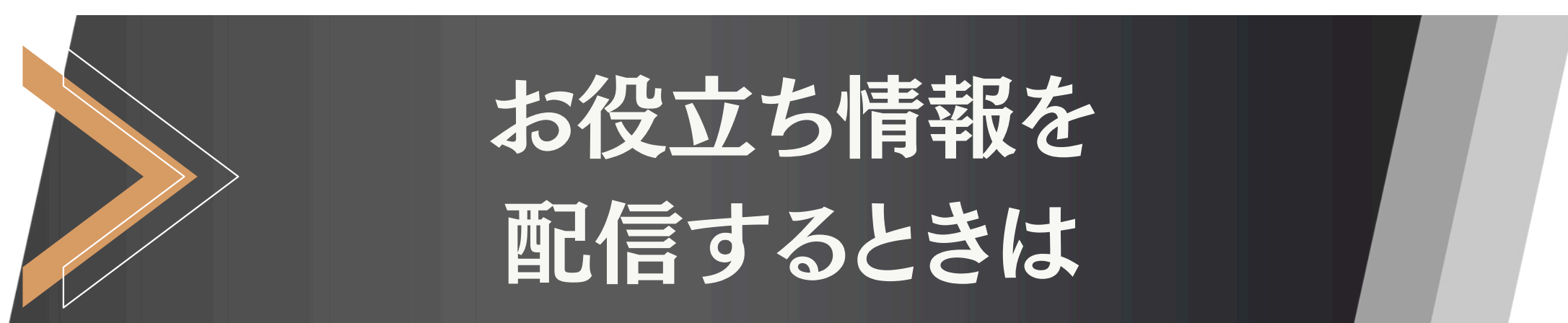
【仕上げ】

- ・ お客様が言ってくれた言葉をメモ
- ・ 自分の思いをメモ

この項目を殴り書きでもいいですし、携帯のメモにざっくり書いておくだけで、あとで投稿のネタにすることができます。

ちなみに、投稿とリールはどちらにしても大丈夫ですので、自分の作りやすい方で作ってみてください。

※ポイントは、伝えたい文章が多い時は投稿で作成し、言葉が少ない時はリールで作成することです。



先ほどの例で言うと・・・

- ③すぐ使えるヘアケア方法、
- ④髪の疑問、美容室の疑問解消、
- ⑤モチベーションが上がる内容、
- ⑥知らなかった事実が知れる内容

この4つのパターンのように、インスタを見た人に得られるものがある発信は、見込み客にフォローしてもらうために非常に重要です。

ただし、ただありきたりの情報を発信するだけでは、集客効果にはなりません。

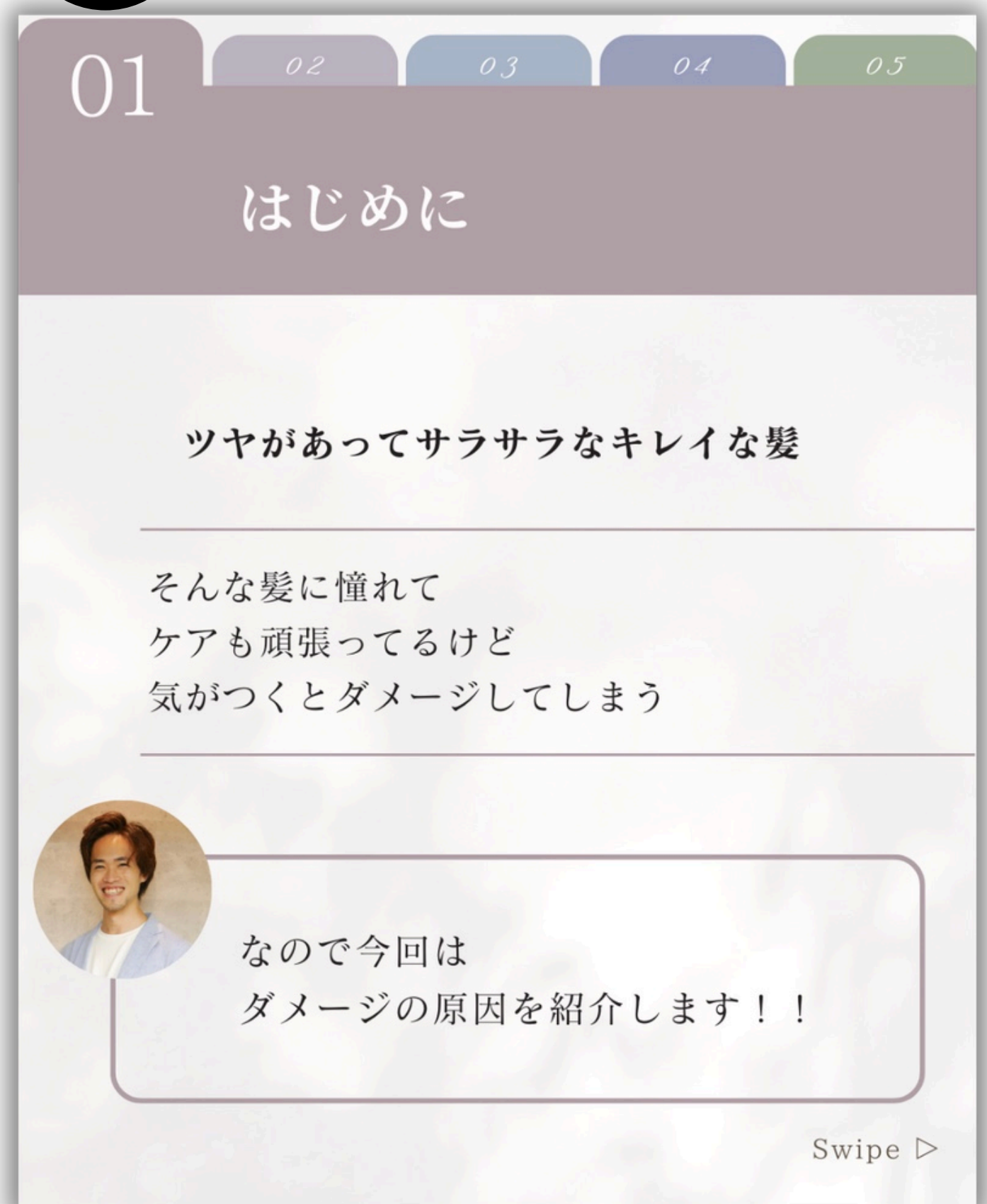
したがって、「目的を明確にして狙いのある発信」を試してみてください。

例えば・・・

1



2




3

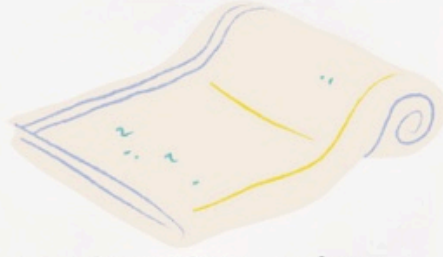
02 02 03 04 05

第2位 濡れた髪での刺激


髪は濡れているときが一番弱っています。



濡れているときのくしの引っかかり



タオルでゴシゴシこする



濡れたまましばる

これが大きなダメージにつながる！！

Swipe ▷

4

01 02 03 04 05

第3位 熱ダメージ

乾燥した髪に高温のヘアアイロンや髪に近いドライヤーもダメージの原因！



point

熱から守る洗い流さないトリートメントをつけるのがオススメ！！




Swipe ▷

5

01 02 03 04 05

第1位 美容室での薬剤

カラーやパーマ、縮毛矯正
などの薬剤施術が何より傷みの原因！！



オシャレを楽しむために
髪キレイのために
必要なものでもあるので

point

施術の後【1週間くらい】のケアは
いつもより丁寧にしていきましょう！

Swipe ▷

6

01 02 03 04 05

大事な髪だからこそ、

美容室の施術が一番傷みになるからこそ

僕ら美容師は
繊細に施術をします！！

だからこそ、

不安なこと、気になること、
今後の理想、なりたい髪

なんでも相談していただくと
すごく嬉しいです^^

Swipe ▷

7



このように作成します。

ポイント

- この投稿を見た人にしてほしいアクションを決める
- 何を伝えたいか？を明確にする
- 見込み客に求められるものをイメージする

この作成例では、イメージとしては

①目的を決める

※今回はDMを気軽にしてもらい繋がりを深めたい。

②そのために伝えたいことを決める

※今回の投稿では、

「髪のためのことを思って施術します」

「家でのケアはそんなに頑張らなくてもいい」

「美容師の僕が責任を持って大事な髪を預かります」
という想いを伝えたい。

③伝え方をイメージする

※今回は痛みが気になる人が興味がありそうな
「ダメージ原因」についての投稿として紹介。

このようなイメージで作成しています。

このように①②③の順番で考えると失敗はないです。

ポイントは・・・

①を叶えるための②をイメージ、
③は最近の伸びている投稿のタイトルを参考にして
「どう切り込むか？」をイメージすることです。

調べれば出てくるありきたりの内容しか思いつかない場合も安心してください。

確かに、このような内容はどこにでもある情報です。ですが、顧客にとっては、知らない誰かが言っている、たくさんの情報の1つではなく、【自分の担当者が言っている情報】なので、他の情報よりずっと信頼があります。

「何を言うか？」ではなく

「誰が言うか？」が何より重要



ネタを探すのが「難しい。。。」と感じる人も多いと思います。

これは実は、毎回「0」から作るから大変になるだけで、実はすごく簡単でネタは無限に作れます。

なのでネタを探す方法を2つお伝えします。



①実際の サロンワークから探す

サロンワークはネタの宝庫。

来店したお客様が何気なく言っていた疑問は、確実に他の人も気になっていることであり、そして、カウンセリングで聞いた悩みは、見込み客も抱える悩みです。

さらに、仕上がった時に言ってくれた満足の言葉、「自分の髪じゃないみたい」「思わず触りたくなる」「あの旦那に褒められた」などの言葉はターゲットも求める未来です。

なので、このような言葉を聞いた瞬間にメモしてみてください。

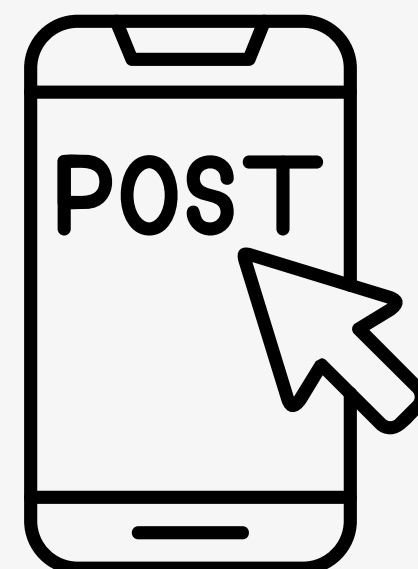
【例えば】

「マスクで前髪はうねるんです」
「カラートリートメントって本当に染まるの？」



など聞かれたことをメモし、

その疑問に対する投稿を作る。



または、悩みを自宅で解決する投稿や
悩みに共感する投稿を作る。

なので、サロンワークをしながら、ネタをどんどん掘ってみてください。

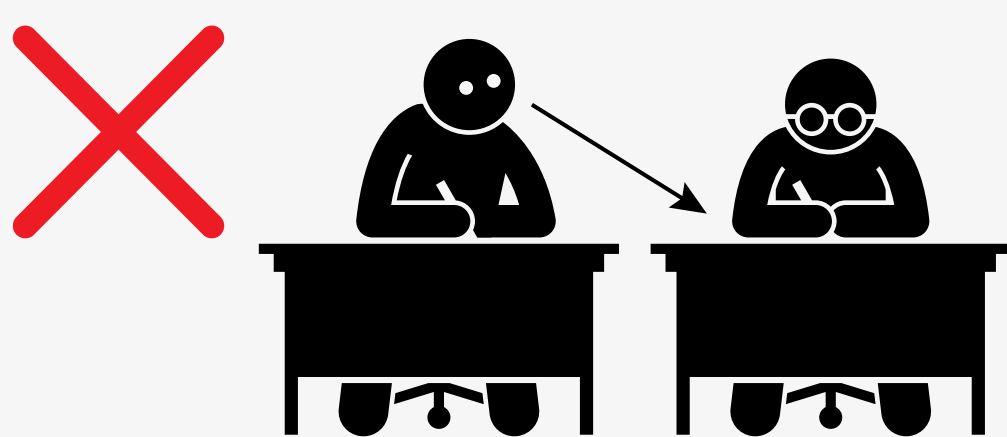


②すでにある 発信から探す

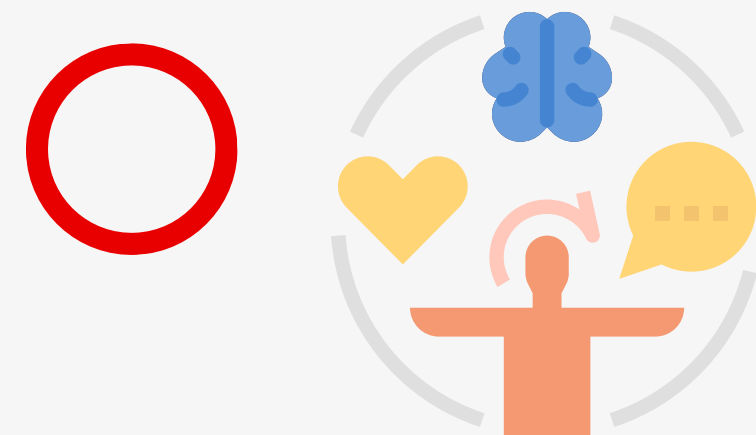
2つ目の探し方は、すでにある発信から探すことです。

ですがそのまま真似するわけではありません。

内容を見て、自分の考えや自分の解釈に変えて発信すれば、十分オリジナルになります。



真似るのはNG



自分の解釈
自分の考えに変換する

そして、さらにネタ探しの場所をずらすことが最適です。

例えば・・・

YouTube、TikTok、ブログなどを見ながら、その内容をもとに自分の言葉で、自分の考えを加えてインスタに変換すれば、0から考えるよりずっと早いです。

また、同じインスタの中でも、投稿を作る時にはリールからネタの参考を探したり、リールを作る時には投稿からネタを探したりと、少しずつ探せば、いくらでも新しいネタが見つかります。



集客につながる ストーリー活用

インスタのストーリーは、集客のためにも、顧客とつながるためにも、いちばん重要と言っていいくらい、インスタ運用の大きな鍵を握ります。

なので、「どのようにストーリーを活用すればいいか？」 「どんな内容にすればいいか？」 を具体的に詳しく紹介します。

ネタ探しのポイントから、真似するだけでOKの活用術も紹介しますので、ストーリーをマスターして集客を加速させましょう。



インスタでは、国内のデイリーアクティブアカウントの70%がストーリーズを利用しているという調査結果が出ています。



皆さんも、インスタを開いたら「まずフォロワーのストーリーを見る」という人も多いのではないのでしょうか？

このように、現在ではストーリーは重視されていて、見る人からも求められています。なので、ストーリーを活用するために4つの目的を意識した活用をお伝えします。

- ・ 顧客とつながるために活用
- ・ 集客のために活用
- ・ フォロワーのきっかけのために活用
- ・ 投稿を見てもらうための活用



顧客と つながるために活用

ストーリー活用で、いちばん重要なのは「目的」を意識することです。

この「目的」が曖昧だと意味のない発信になってしまい、せっかく忙しい時間を割いたのに無駄になってしまいます。なので、1つ1つに「目的」を作ってみてください。

その中でもいちばん大事なのは「顧客とつながること」です。

フォロワーさんを
意識した発信も大事だけど・・・



集客のためのインスタなら

まずは【顧客】を意識してみてください！！

インスタで発信を継続して見てもらうために、顧客とつながることが必要です。

具体的には、DMのやり取りを目的にするのですが、そのために顧客が反応したくなるストーリーを発信します。

そうすることで、自然とやりとりでつながり、投稿も表示されるようになります。加えて、顧客からの投稿へのアクションが増え、インスタが拡散されることにつながりますので、具体的な3つのストーリー活用パターンを紹介します。

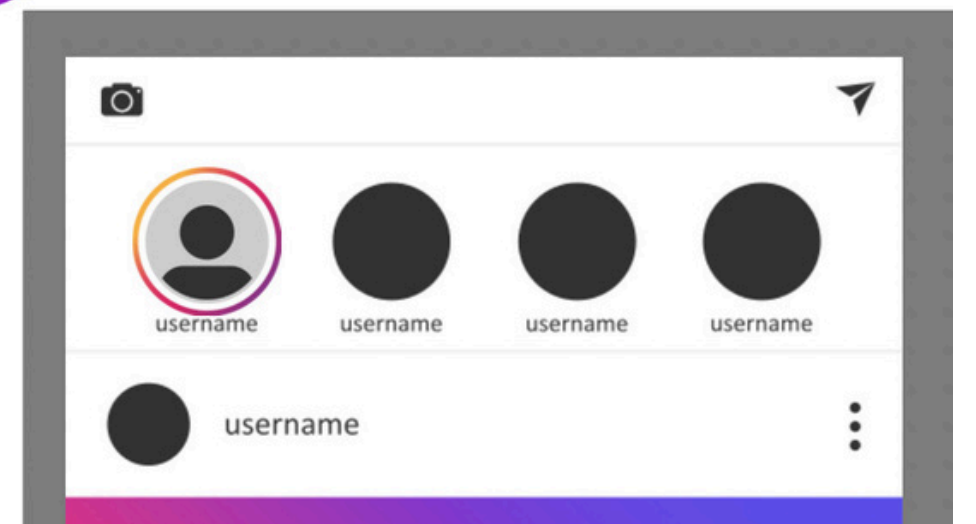
① インスタライブ

正しくは、ストーリーではないですが、1番効果のある方法が、インスタライブです。

例えば・・・

【傷まないアイロンの使い方】、【簡単スタイリング方法】などをYouTubeで人気の動画からネタを探して、自分の考えに変換してライブをすると反応が取りやすいです。

ライブは、お客様との距離感も縮まりますし、何よりも確実にストーリーズ欄の1番前に表示されるので目に止まりやすいです。



② 質問



2番目に効果的なのは質問です。

例えば・・・

こんな質問をいただくことが多いですが、「〇〇についてなにか質問ありますか？」

と具体的に書くことがポイントになります。

または、美容師として教えるだけでなく、教えてもらう質問も効果的です。

例えば・・・

今度友人が遊びにくるんですが、「〇〇の近くで美味しいラーメン屋さん知りませんか？」

「この前こんなキッチン雑貨をもらったんですが、使い方がわからない！ だれか知りませんか？」

など・・・

このように、地域や生活に関する質問で、教えてもらうのもオススメです。

③ アクションスタンプ



最後の3つ目はアクションスタンプです。

これは、フォロワーと繋がるという点では効果は薄いですが、インスタライブや質問の回答、DMなどのハードルを大幅に下げることができます。

インスタライブや質問は
お客様にとっては、ハードルが高い・・・

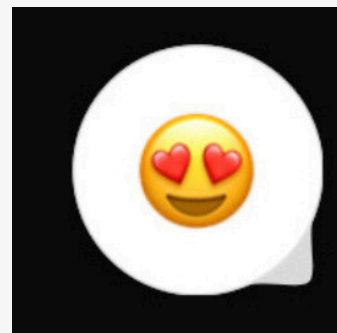
実際ライブしても1~2名しか見てくれない・・・
質問しても、1つ返答があればいい方・・・

なので、めげずに繰り返すことも大事ですが、反応をもらいやすくするのがアクションスタンプです。

日々のストーリーで
アクションスタンプを入れる。



共感した人は
このスタンプを送ってね。



このように、反応のハードルが低いものから反応をもらうことで、質問回答やライブを見るハードルが下がります。

なので、アクションスタンプを使い、アクションをくれた人には、「ありがとう」のDMをしてみてください。



集客のために 活用

さらに1つのストーリーの活用方法は、フォローしてくれた見込み客に来店してもらうための活用です。

アカウントをフォローしてくれた人は、まだ興味を持っただけで、来店までの道のりは遠いです。そのような人に「行ってみたい」と思ってもらうには...



期待を高める

信頼を築き、
安心してもらう

疑問を
解消してもらう

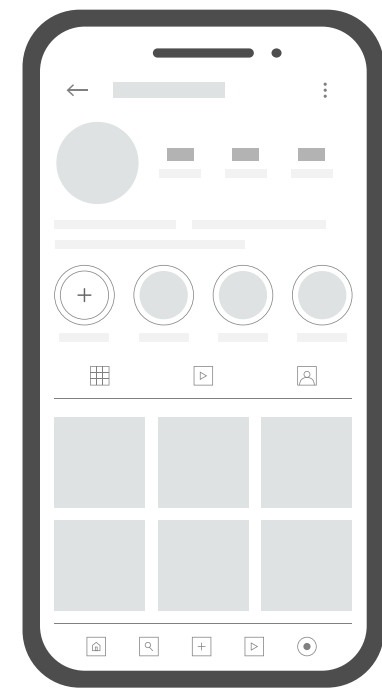
この3つが重要です。

なので、それぞれの目的に合わせてストーリーを作ってみてください。

① 期待を高めるためのストーリー

まだ来店したことがない見込み客に「行ってみたい」と思ってもらうためには、「自分も〇〇そう」と感じる事が大事です。

- ・自分の悩みを解決できそう
- ・自分も綺麗になれそう
- ・自分の理想が叶いそう



このように感じてもらうためには、BeforeAfterを見せることが最適ですが、ただ単に「こんなに綺麗になりました」というだけでは興味を惹きにくいです。



こんなに
綺麗になりました

なので、「悩み」と「仕上がりの状態」をとことん具体的にしてみてください。

例えば・・・

【beforeの様子】

- どんな悩みがあったのか？
- どんな髪だったのか？



【afterでいただいた言葉】

- その仕上がりで
どんな嬉しいことがあったか？



このように具体的にすることで、

「自分と同じ悩みだ！」

「この人がこうなったなら自分もなれるかも」

と期待につながります。

● ② 信頼と安心のためのストーリー ●

見込み客に「行ってみたい」と思ってもらうためのポイントの2つ目は信頼と安心です。

「この人なら大丈夫」
「ここなら行ってみたいかも」



と感じてもらうことを目指します。

そのためのポイントは、
人柄を知ってもらうことです。

人柄を知ってもらうためには、自分の考えや想いを発信することが大事です。

例えば・・・

お客様のBeforeAfterをアップするなら、

- どんな想いで施術したのか？
- そのお客様に対する想いは？



この2つを加えて発信してみてください。

また、日常の出来事やプライベートも有効です。

その出来事でどう感じたのか？



日常の当たり前のことでも、
美容師目線で見るとどう見えるのか？



このようなことをイメージして発信してみてください。

ポイントは、
どんな人なのか？が伝わるように。

人は考えや想いに共感します。

そして考えや想いを知ることで、自然と心の距離感が縮まります。

初めて行く美容室の予約は勇気がいることですし、大事な髪を任せることには不安がつきもの…ですが、人柄が伝われば安心にも繋がるので、信頼してもらえる内容で、自分の考えや想いを発信してみてください。

③ 疑問解消のためのストーリー

見込みにさらに安心してもらうには、疑問に感じそうなことを解消することが大事です。

調べればわかることだったとしても、お客様にとっては、「どこを見ればいいかわからない」と感じますし、すぐにわからなければ、簡単に予約を諦めてしまいます。

ですが反対に、自分の疑問をわかりやすく解消してもらえたときは、大きな信頼に繋がるきっかけにもなるので、お客様が疑問に思うことは全て解消しましょう。

お客様が疑問に思うことは、
例えば・・・

- ・どんな美容師さんなんだろう？
- ・他の人の口コミを見たい
- ・どんな雰囲気のお店だろう？
- ・場所はどこだろう？
- ・もっと詳しいメニュー詳細を見たい
- ・他との違いを知りたい
- ・自分の髪で写真みたいになるか不安
- ・自分の悩みも解決してもらえるか不安

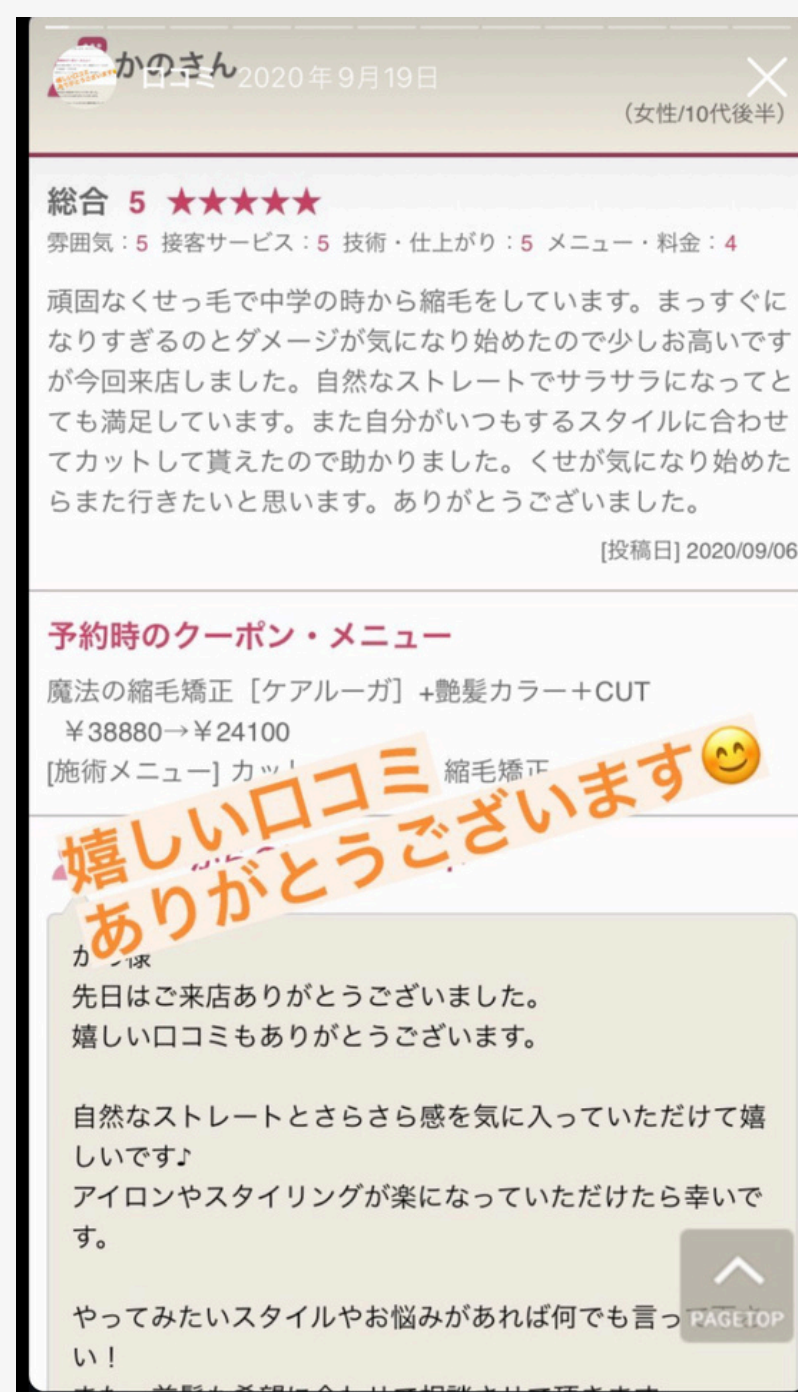
このような疑問を解消できる内容にしてみてください。

なので、これを解決するために、

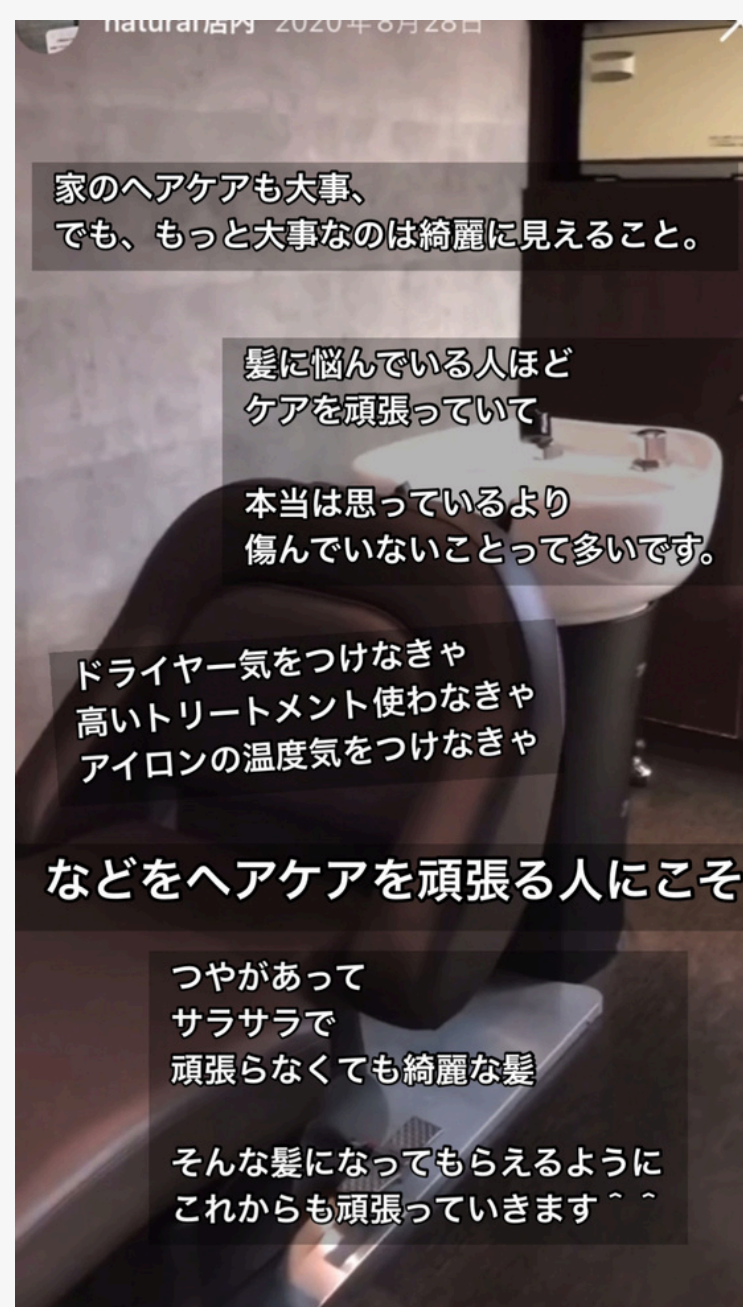
- ・ 口コミのスクショを発信
- ・ 店内の様子がわかるように発信
- ・ 質問解答を発信

などを定期的にやってみてください。

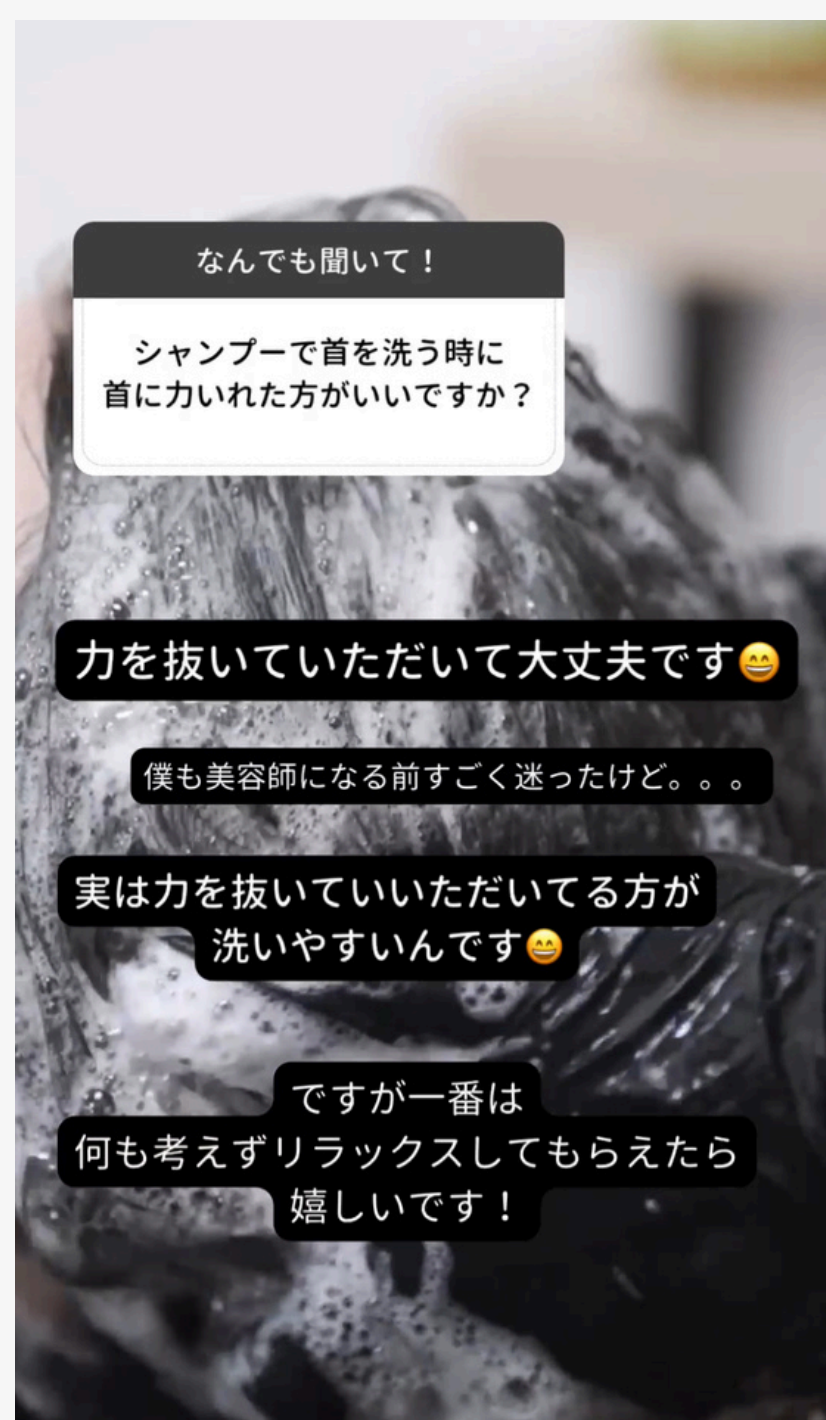
口コミのスクショをアップ



店内の様子がわかるようにアップ



質問解答をアップ





フォローのきっかけ のために活用

ストーリーをフォローのきっかけに使う方法もあります。



この場合は、【顧客のフォロー】を目的とします。

来店いただいたお客様にフォローして欲しいと思ったとき・・・

『インスタやってるので
よかったら見てみてください』



と伝えたとしても、なかなかうまくいかないことが多いです。

これを解決できる方法は・・・



お客様の仕上がり写真を撮る



どんな仕上がりでもストーリーにアップして
お客様へのメッセージを一言添える。

※この時のポイントは、顔が映らないように！！（顔出しを気にしないお客様はばっちり映ってOK）。

人はだれでも自分に興味があります。

だからこそ、
自分が出ているインスタは
見る意味がある

尚且つその発信に、自分に向けたメッセージがあれば、嬉しく思うはずですよ。

なので、サロンワークで写真を撮ったら

すごくステキなのでインスタに
投稿してもいいですか？

『いついつに』投稿するので
みてくれたら嬉しいです

と言ってアカウントをお伝えしてみてください。

そうすればきっと見てくれますし、日々発信している内容にも、興味を持ってくれるかもしれません。

そうすれば目に触れる機会が多くなり、お客様との心の距離もグッと近づきます。

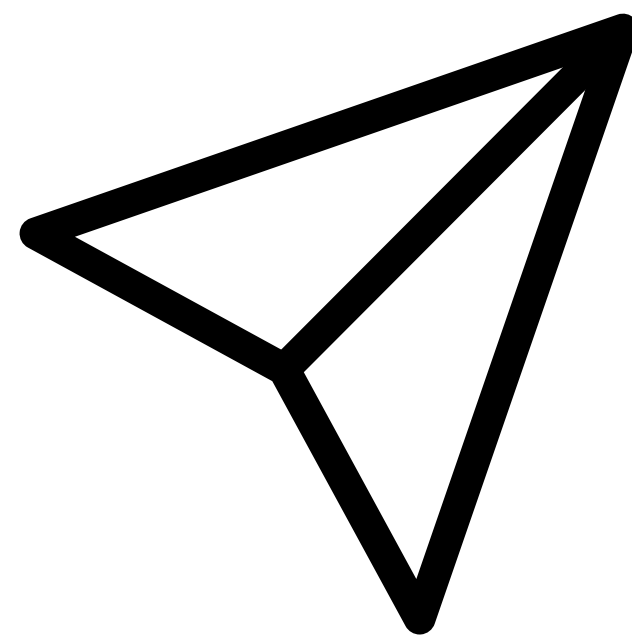


投稿を 見てもらうための活用

インスタユーザーは、「ストーリーはなんとなく見るけど、投稿はほとんど見ない」という人も多いです。

なので、せっかく投稿しても「フォロワーになかなか見られない」ということは、よくあります。

そんなときに最適なのが、ストーリーに自分の投稿をシェアすることです。



ただし、単純にシェアだけをした場合は、『鬱陶しい』『興味ない』と飛ばされてしまいます。

なので、興味を惹けるような一言を加えてみてください。

例えば・・・



このように、ただのシェアにも一言加えるだけで投稿の閲覧数は大きく変わるので、やってみてください。

美容師特化のインスタ集客

第4章

発信の質は
〇〇で上がる!

「インスタで集客したい!」と思った時に、アカウントや投稿の質をある程度上げておきたいところです。

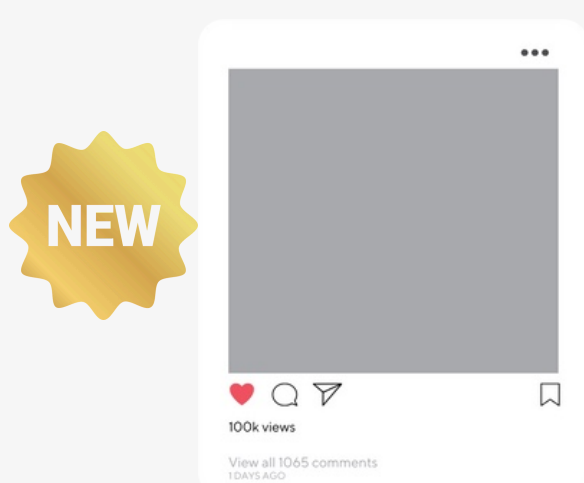
そこで、質を上げるコツをお伝えしますので、アカウントと投稿の質を上げて、集客したいターゲットに響く内容を発信していきましょう。

投稿頻度は どうしたらいい??

以前は、最新の投稿が優先されたので、毎日投稿が必須でしたが、現在では2つの意見に分かれます。

以前

最新の投稿が
優先して表示される

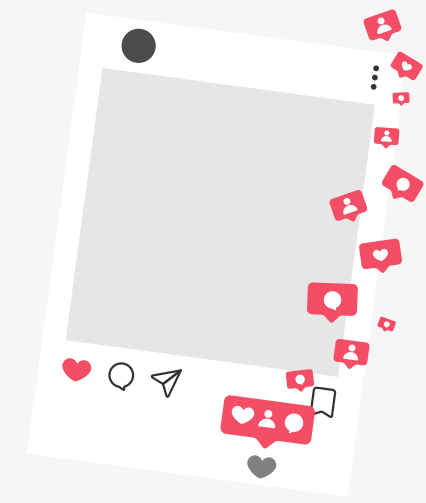


だから「昔は」
毎日投稿が必須だった

【毎日投稿はいらぬ派】

最近では

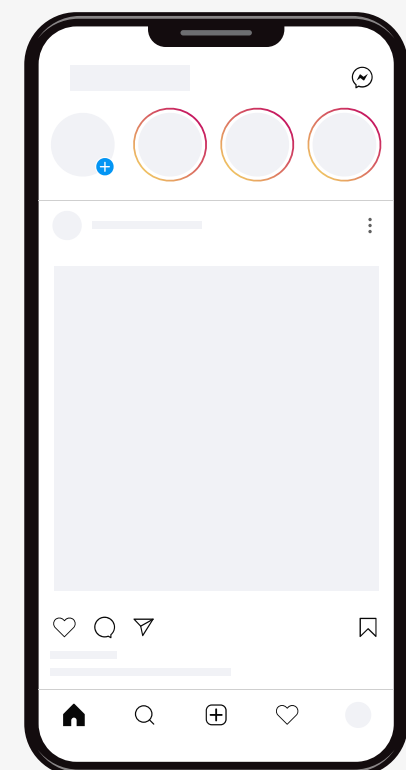
質の高いものなら
昔の投稿でも表示される



だから毎日投稿はいらぬ。
質をとにかく上げろ!

【毎日投稿が必須派】

いやいや、今では
みんなクオリティーが高いから、



質の高い毎日投稿が
当たり前だ。甘えるな!

AもBも・・・どちらも確かに正解です。

ですが、美容師の集客のためのインスタ運用には投稿頻度は関係ないです。

実際に、毎日投稿で集客を叶える人もいれば、週2回に変えてから集客できるようになった人もいます。

大事なのは効果的な内容を「見込み客に届けられるかどうか」なので、その具体的な方法は第4章で紹介します。

ただし、一定のクオリティーは必須です。

・見込み客が見つけてくれても・・・

ダサイ発信だと、
来店どころかフォローもされない



・作るのに時間が掛かれば・・・

忙しい僕ら美容師は
発信を続けられない



インスタの「内容の質」「デザインの質」「動画の質」は練習しないと上手くなりません。

なので、最低限のクオリティーを時間を割かずに作れるようになるまでは、毎日投稿または、最低でも3日に1回は投稿してください。

サロンワークでも、アシスタントの頃、「チャンプーの練習、週に1回でいいですよね？」なんて甘えたことは言っていなかったはずです。

インスタも同じです。

数を重ねれば、伝え方もデザインもどんどん上手くなりますし、作成にも時間がかからなくなります。なのでまずは、最高のものを最小の時間で作れるようにしてみてください。

※この時は質よりも数を優先していきましょう。気に入らなければ後で消せばいいので、まずは投稿に慣れることが大事です。



インスタ運用でよく言われる最低限の項目は以下の3つです。

1. 統一感

2. 写真が綺麗

3. 文字が見やすい

この項目は、最低限クリアするようにしましょう。



1. 統一感

これはどこの情報サイトでも同じことが言われますが、統一感は最低限必要です。

「写真のアンクル」、「明るさ」、「ぼかし具合」、「背景」、「色」など、自分が統一できる内容で作成していきましょう。

特に写真の撮り方は要注意です。

明るさやぼかし具合がずれてしまうと、それだけで統一感が失われてしまうので、写真を撮る場所や照明、距離感を合わせる事が大切です。



撮る場所
照明の使い方
撮影の距離感

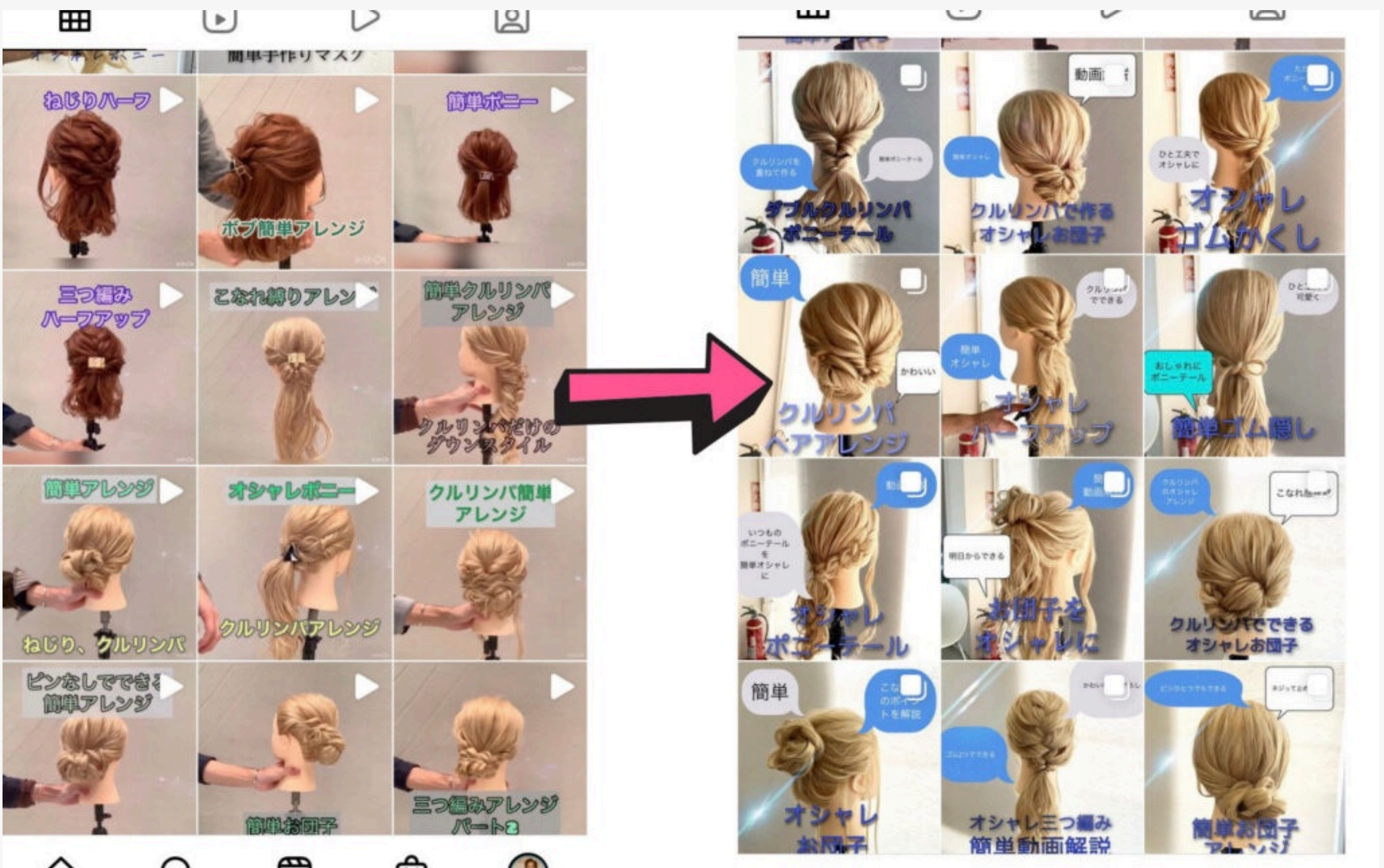
を統一しよう

第4章

発信の質は〇〇で上がる!

また、色彩心理などを利用して、以下のようにユーザーに届けたいイメージカラーを意識するのもおすすめです。

- 青：信頼
- 赤：注意喚起
- 緑：安心





2. 写真が綺麗

自分の見せたい部分が綺麗に写っているか確認します。

例えば、

ツヤツヤな髪の毛なら、
一番ツヤが見えるアングルはどこか？

ヘアカースタイルなら、
一番綺麗に色が写るのはどの明るさか？

などをいろんな場所や角度から探して調整しましょう。

おすすめは、確認用に動画撮影し、その動画を見ながら綺麗に映るアングルを探して、次回からそのアングルで撮ることです。



3. 文字が見やすい

文字入れ投稿はもちろん、リールでの文章でも文字の見やすさは、非常に重要です。

投稿や動画で文字を入れることで、興味を惹くことができますが、読みやすさがなければ、逆効果です。

読むことにストレスを感じれば、すぐにスルーされてしまうので、見やすい字体と大きさを意識しましょう。

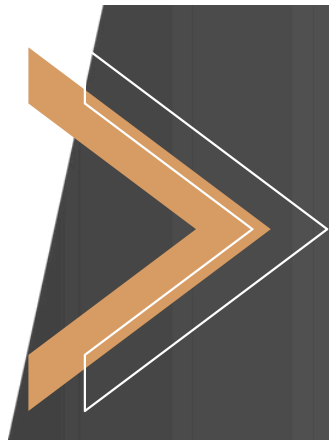
第4章

発信の質は〇〇で上がる!

例えば・・・

タイトル文字なら、プロフィールのフィードから確認しても、読める大きさに投稿しましょう。





ライティングのコツ

インスタを含め、情報発信で切っても切れない重要なスキルがライティングです。

ライティングとは、ただ文章を書くことではなく・・・

- ・ どうやったら伝わるか？
- ・ どうやったら興味を引けるか？
- ・ どうやったら行動したくなるか？

これらを徹底的に意識して作ります。

このスキルがなければ、どんなに発信しても見向きもされず、時間の無駄になってしまうので、これからの時代には、必須のスキルになります。

なので、第4章の後半では、ライティングについて解説していきます。

まずは、ライティングの中でも「ここだけは必ず意識してほしい」というポイントを3つ紹介いたしますので、ぜひ参考にしてみてください。

1. お客様目線をつくる
2. つまりを問いかける
3. とにかくシンプルに



ポイント1: お客様目線をつくる

発信する上で非常に重要なのが「お客様目線」です。しかし、これはすごく難しく、どうしたらいいかわからないことも多いです。

そこで、お客様目線の作り方を3ステップで解説します。

ステップ1:自分の価値をリストアップ

まずは自分の提供するものの「いいところ」をリストアップします。

【例】 つや髪の場合・・・

- ・ 低ダメージの縮毛矯正
- ・ 髪に合わせた施術
- ・ カウンセリングにこだわっている



ステップ2:お客様が感じる価値をリストアップ

自分の価値が「お客様にはどんないいことがあるか」を考えます。

【例】



- ・ 低ダメージ
- ・ 縮毛矯正でゴワゴワしない。
- ・ やわらかい手触り
- ・ 髪に合わせた施術
- ・ ペタツとしない
- ・ 長持ちする
- ・ カウンセリングにこだわる
- ・ 悩みを解決
- ・ 理想を叶える

ステップ3:組み合わせて短文にする

書き出したものをもとに、お客様のメリットを先に出し、その理由として自分の価値を伝えます。

【例1】

タイトル

「もうぺたんこと言わせない〇〇縮毛矯正」

内容

縮毛矯正でペタッとしたことはありませんか？
その原因は……。〇〇なら解決できます……。

【例2】

タイトル

「広がる髪がたった1回でまとまる髪になる理由！」

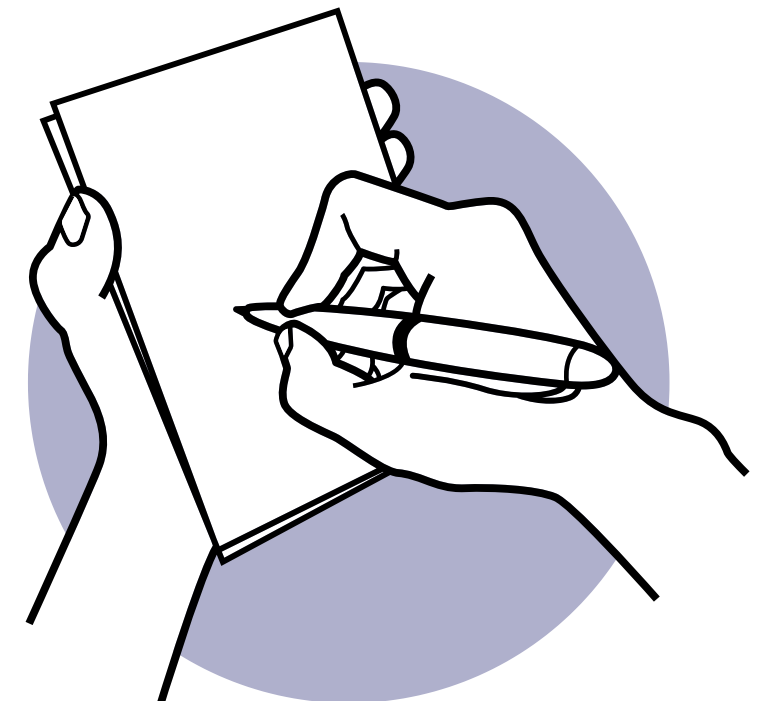
内容

うねりの原因は……。
これで〇〇すると〇〇だから〇〇になる！

1. 「自分の価値をリストアップ」
2. 「お客様の価値をリストアップ」
3. 「組み合わせて短文にする」

この3つのステップで作ることで、刺さる内容を簡単に作ることができます。

そして、リストアップする内容は多いほど今後の投稿作成も時短できます。ぜひ試してみてください。



【ポイント】

- ・「お客様の価値」がターゲットにとって魅力的か？
- ・一瞬で理解できるか？
- ・他との違いが明確か？
- ・嘘はないか？



ポイント2: 「つまり」を問いかける

インスタで集客したいと思ったときに、何よりも大事なのは、【来てほしいお客様に見てもらうこと】です。

発信がもっとお客様に届けば、「行きたい」と思う人が増えるはずですが、そのためには、お客様目線で興味を惹く発信を作る必要があります。

しかし、これは難しく、美容師目線の発信になってしまっている投稿もよく見かけます。

これを解決する方法が「つまり？」を自分に問いかけることです。

「つまり？」を自問自答して内容を作成することで、お客様目線のわかりやすい内容にブラッシュアップすることができるので、ぜひ試してみてください。

例えば・・・

低ダメージの縮毛矯正



「つまり？」

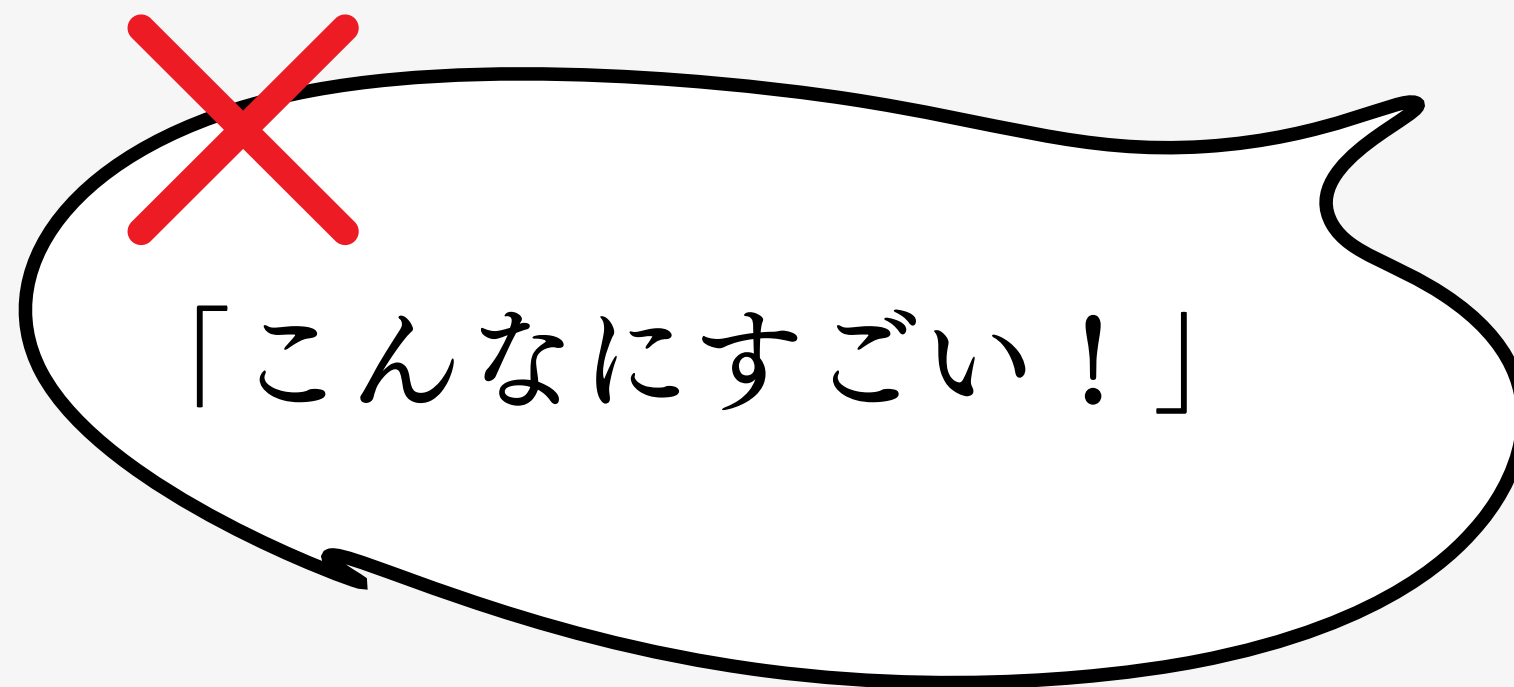
縮毛矯正をしてもゴワゴワしないし、ツヤツヤになる。手触りもよくなる。



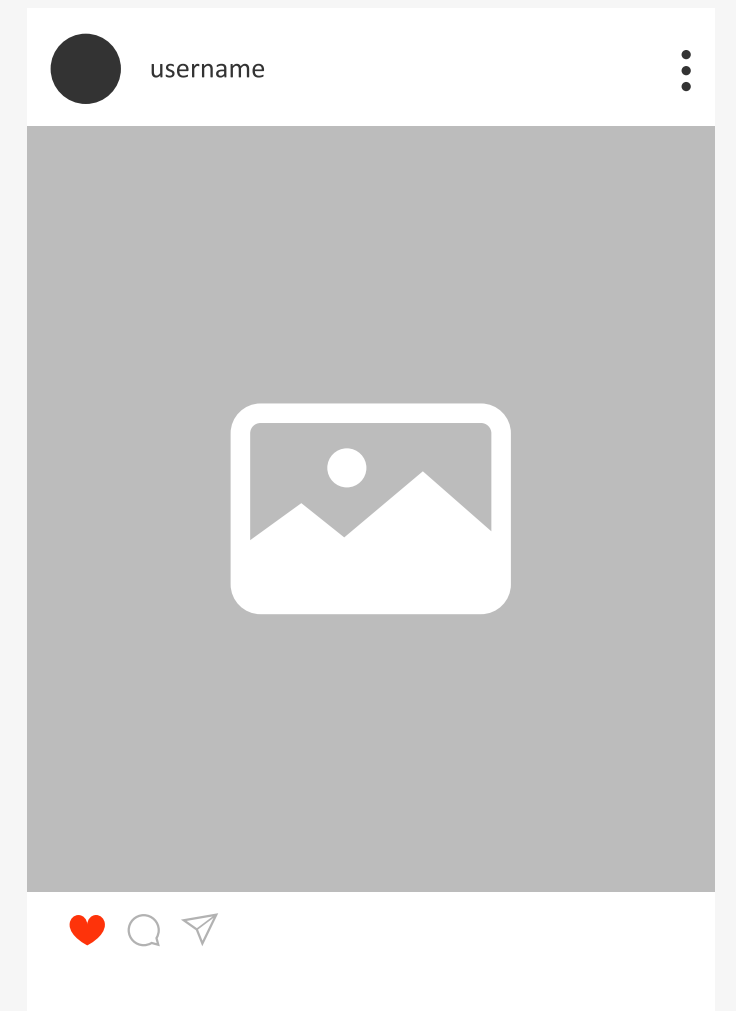
「つまり？」

今まで、クセが気になって縮毛矯正していたけど、ダメージで髪がボロボロになるのは仕方ないと、諦めていた方にこそ体感していただきたい縮毛矯正。

このように、「つまり？」を問い続けることで、どんどん内容が具体的になり、お客様が求めている未来につながります。



だけでは刺さりません。



性能や効果、技術

ではなく、

どんな未来になれるか？

を考えましょう。

これを「つまり？」と自問自答して見つけてみてください。
ださい。

そうすれば、内容も興味を惹くものに変わり、もっと来てほしいお客様に思いが届くようになります。



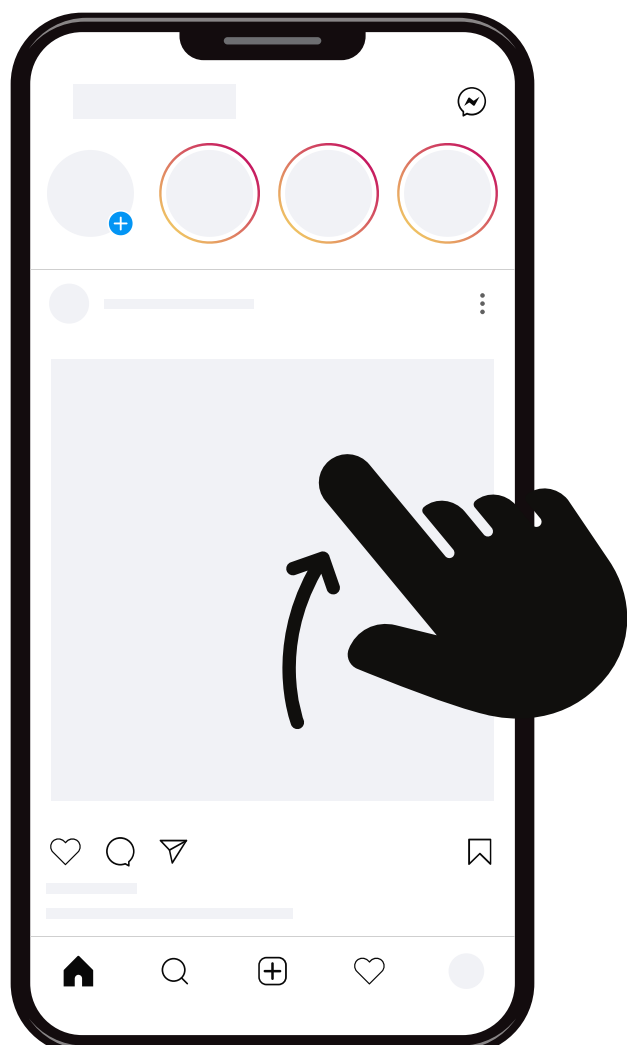
ポイント3: とにかくシンプルに

「これを伝えたい!」と思って投稿を作ってみると、「ちょっとわかりにくいかも」ということはありませんか?

お客様は少しでもわかりにくいと感じれば離脱しますので、せっかく作った投稿も見てもらえなくなってしまいます。

なので、この3つを意識してみてください。

1. 商品名を消す
2. 特徴やウンチクを消す
3. どうなるか? だけを書く



わかりにくいと・・・

すぐ離脱される・・・

例えば・・・

ダメージを最小限にして特殊技法の縮毛矯正で
硬くならず自然な質感の〇〇縮毛矯正



バリっとしない!思わず触りたくなる縮毛矯正

出てきた白髪をぼかして、
細かいハイライトを入れることで
自然で馴染んだおしゃれ白髪染め



義務感から解放される白髪染め

このように、商品名を消し、特徴やウンチクを消し、どうなるか?だけを書くことで、わかりやすく伝わる文章に変わります。

美容師目線では、「どんなにすごいのか?」「めちゃくちゃこだわってるよ!」と伝えたくになりますが、それは興味を示してもらえません。

なので、とことん削って「それでどうなれるのか?」をシンプルに書いてみてください

~~〇〇カラー~~
~~〇〇パーマ~~

名称はいらない

~~〇〇が違う!~~
~~ここがこだわりです~~

ウンチクはいらない

どうなるか?が大事

思わずクリックされるタイトル

インスタはデザインも重要ですが、タイトルの文章でクリック数が大きく変わります。

このタイトルで興味を引くことができれば、リーチも大きく変わりますので、参考にしてみてください。

魅力的なタイトルのポイントを5つご紹介します。



ポイント1 「なるべく短く」

インスタ投稿はデザインに文字を入れるので、長い文章を1枚目にすると非常に見にくいです。

そして、インスタを見ている人は「暇つぶし」に見ていることが多いため、パッと見て見えにくいものはスルーされます。

なので、遠目で見た時にも文字がはっきりデザインで見えるように、短い文章で書いてみてください。短くするポイントは「意味を伝えるのではなくイメージを伝える」ことです。



【例えば】

ダメージ最小限で傷ませないことで
今までにないツヤの縮毛矯正



プルプル!! これ本当に縮毛矯正!?

100均一セリアにあったこのアイテムで便利!



この「くるくる」もう使った??

このように、とにかく短く、イメージを伝えるように作ってみてください。



ポイント2 「数字を活用」

先ほどの「イメージを伝える」という部分ですが、その時、簡単に伝わりやすくする方法は、数字を使うことです。

数字は誰もが同じイメージを持ってくれるので、具体性を高めることができます。

【例えば】

今、すごく人気のカラー



10人中8人がオーダーした色

みんな知らない、この髪のパメージは危険。



9割が知らないエグい髪



ポイント3 「意外性を掛け合わせる」

人は「当たり前のこと」よりも「意外なこと」に興味を持ちます。なので、見る人の常識を少しでも覆せる内容の言葉を使ってください。

方法は単純で、「すでに知っているであろうこと」に「意外な事実」を組み合わせるだけです。

【例えば】

淡い色のハイトーンカラー
↓
金髪にならないブリーチカラー

骨格ににあわせたボブ
↓
ボブは10000スタイルある!



ポイント4 「擬音を入れる」

言葉よりも音を使うことで、見た人にイメージを一瞬で伝えることができます。

イメージが伝われば、クリックされやすくなるので、擬音も使ってみてください。

【例えば】

ゴワゴワな髪も
バサバサのお悩みに
プルプルの手触り
つるんとする髪に
ワクワクする〇〇
〇〇がギュッと詰まった



ポイント5 「強調する言葉」

使う言葉で強調が変わり、興味を引きやすくなります。

これはよく使われるキラーワードと言われるもので、キャッチフレーズや広告で使われる「人が反応しやすい言葉」です。

このワードを組み込むことで、さらにクリックを誘うことができます。

方法	驚きの	即効
秘訣	必見	限定
秘策	激レア	画期的
おすすめ	簡単	秘密
見逃せない	必勝	夢の
一押し	最新	奇跡の
注目	完全版	人気の
殺到	劇的	ズボラでも
	言いたくない	たったこれだけで

このようなワードは広告を見ると参考になるので、WEB広告、CMや日常のチラシ、ポスターなどで自分が使えそうなワードを見つけたらメモする習慣をつけておきましょう。



投稿の内容を作る時、どんな内容にしようか迷うことはありませんか？

そんなときに即席で作れて、なおかつ効果の出るテンプレートを3つ紹介いたします。

インスタではデザインと内容の両方が大事になり、どちらが欠けても反応を得ることはできません。

例えるなら、料理でいう見た目と味です。

見た目がすごく美味しそうな料理を出すレストランでも、味が最悪であれば人気店にはなれません。反対に、どんなに美味しい料理でも、かびくさい店舗で汚い盛り付けの料理なら人は集まりません。

これでいう、見た目が投稿デザインで、味が内容です。

どちらも必要不可欠な要素ですので、デザインは第3章で紹介した動画を参考に、内容は本書を参考にしてみてください。

そして、紹介するテンプレートは・・・

- 書きやすさNo.1 事例型
- SNSの王道！ 結論→結論型
- 理論派訴求 5部構成型

この3つをご紹介します。

※投稿とリールでどちらの作成でも使えます。



書きやすさNo.1 事例型

キャッチコピー

事例

事例

事例

まとめ

このテンプレートでは、キャッチコピーで訴求し、それを実証する事例をいくつか挙げていきます。そして最後にまとめをするイメージです。

例えば、カラー特化の美容師さんの例なら

キャッチコピー

今年の夏はこのカラーが流行る！！

事例

不動の人気
グレーージュ

事例

意外に甘すぎない
ピンクカラー

事例

差をつける
オシャレオレンジ

事例

柔らかく見せる
ミントカラー

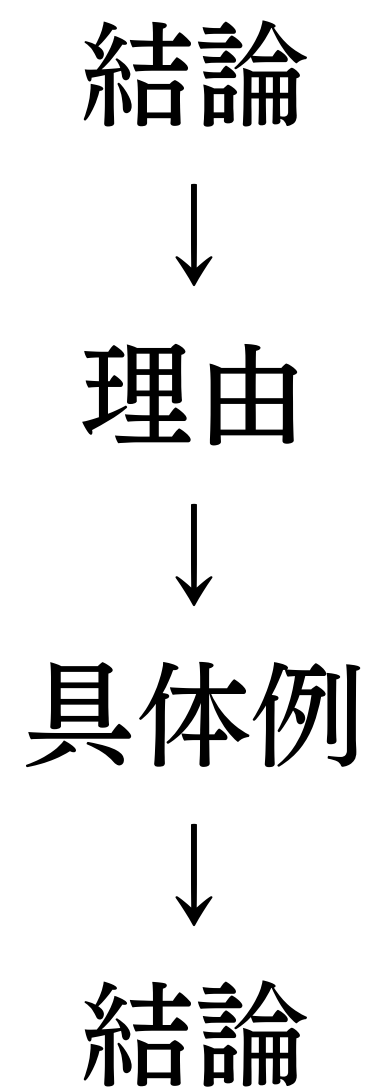
まとめ

〇〇カラーで
先取りして褒められる髪に



SNSの王道!

結論→結論



というように、結論から始まり、結論で終わる構成です。

インスタなどSNSは、いろいろな情報を流し見しながら利用するものなので、勿体ぶった内容や、結局よくわからない内容は、非常に嫌われます。

なので、見た瞬間に結論がわかるものほど好まれ、『何を言いたいのか?』がすぐにわかったほうが、そのあとの内容にも目を通してもらいやすくなります。

【例えば】

そのボリュームは 〇〇が理由だった!

結論

髪の内りが原因!

髪の本数って実は
みんなほとんど同じなんです!

理由

太いか細いかで量が違って見えることと
うねりで広がることで、
量が多く感じる!

具体例

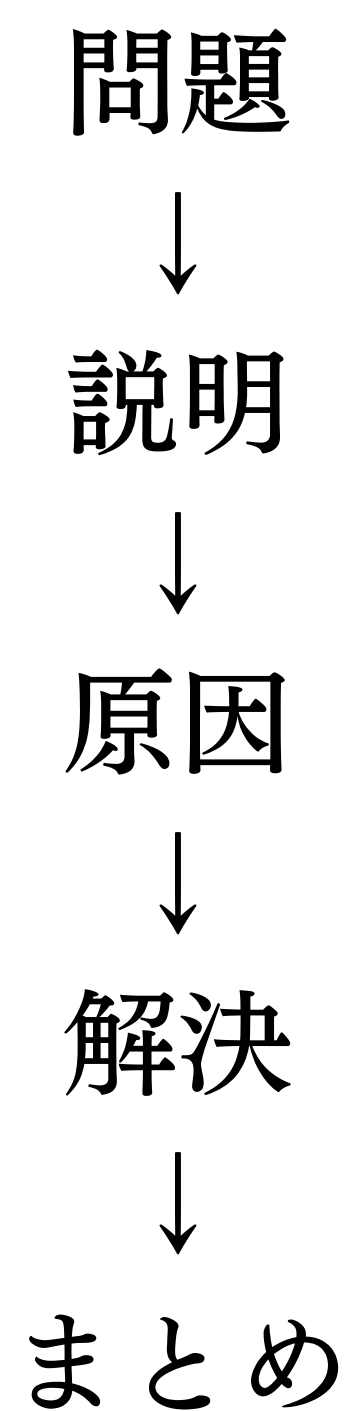
うねりがなくなるだけで、
こんなにまとまる!!

結論

毎日ドライヤーで抑えてるあなたは
参考にしてみてください。



理論派 5部構成型



悩みや抱えてる問題を取り上げて、その原因を説明します。そして、解決法を示して、最後にまとめるというものです。

これは説得力が上がり集客など求める結果に直結しやすくなるので、ぜひ試してみてください。

【例えば】

トリートメントはムダ!?

問題

どんなにトリートメントしても
よくなるらない

髪は死んでしまった細胞なので
生き返らないんです。

原因

そして傷んでしまう原因は
日々のヘアケアでもなく美容室の施術

解決法

〇〇の髪質改善なら
こんなキレイに復活!

まとめ

髪は傷ませないことが大事。
でもダメージしてしまったら、

特別なケアなら 繰り返すほど、
どんどんよくなります。

美容師特化のインスタ集客

第5章

見込み客に
確実に発信を届ける方法

本当にフォローして 欲しい人とは？

一般的なインスタ運用であれば…1万人、2万人とフォロワーが増えて、リーチがどんどん上がって、1つの投稿で数千フォロワーを獲得できる…

そのようなインスタアカウントを目指すのが一般的です。

確かにそれは魅力的ですが、5万人のフォロワーがいても、数万のリーチを獲得できたとしても、それはあくまでも全国に対しての話です。

その中に【自分の顧客】や【サロンに通える範囲の見込み客】がいなければ、何の意味もありません。

反対に、たった500人のフォロワーでも、そのフォロワーが、現在の自分の顧客と、地域に住む見込み客であったのであれば、集客効果は絶大になります。

フォロワー1万人

見込み客がいなければ



集客「0」も
当たり前でありえる

フォロワー500人

ほとんど見込み客なら



十分集客できる！

僕たち美容師が目指すべき運用は、バズらせるためのテクニックでも、人気アカウントにするための努力でもありません。

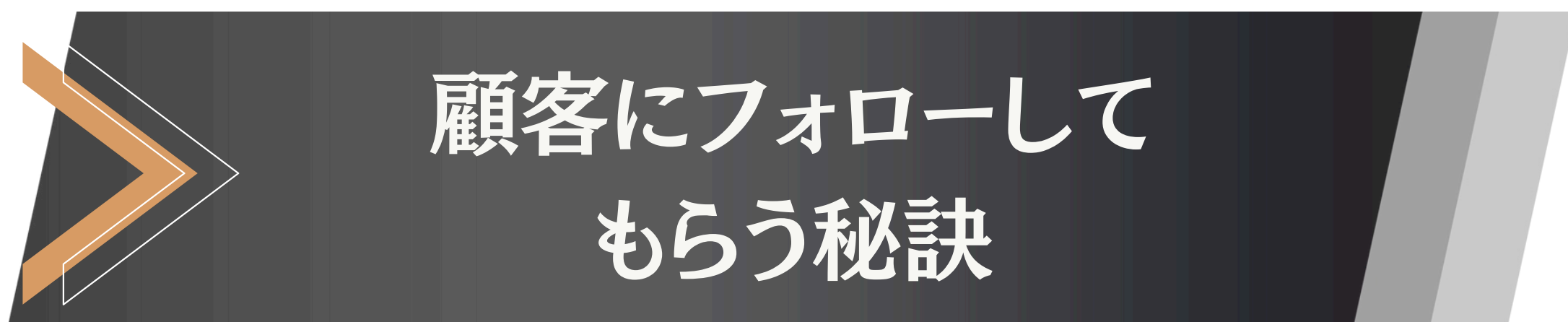
発信を見てほしい人だけを、フォロワーに集めればいいのです。

これができれば、「いいね数」も「リーチ数」も「保存数」も「フォロワー数」も「毎日投稿」も「質の高い投稿」も、すべて必要なくなります！

そこで、そのための

- ・顧客にフォローしてもらう秘訣
- ・見込み客に見つけてもらう秘訣

を詳しく紹介します。



インスタ集客を考えた時によくあるのは、「新規を集めたい」「お客様になりそうな人にフォローしてほしい」と新規集客だけをイメージして運用する人が多いです。

ですが、これが落とし穴。

インスタ運用で一番大事なのは、フォロワーからアクションをもらい、フォロワーに見てもらうこと。

また、「いいね」や「保存」「滞在時間が長い」などの反応が良ければ、拡散されますが、これを【見ず知らずの誰か】からたくさん反応をもらおうとしたら、以下が必要不可欠です。

- 誰にも真似できない圧倒的な差別化
- カリスマ性のある発信

しかし、この2つは非常に難しいです。

現在、美容師の多くがインスタで発信しているため、【ある程度の質】では簡単に埋もれて見てもらえなくなります。

これを解決するのが
【顧客とつながること】です。

今、現在通ってくれていて、自分を気に入ってくれている顧客がきつといるはずですよ。

その人たちは、あなたの投稿を見つけて反応してくれ、共感した時には「いいね」だけでなく、メッセージもくれるかもしれません。

見ず知らずの誰かよりも、今いる自分の「顧客」の方がずっとよく見てくれて、反応をくれるはずです。

そして、それが積み重なれば投稿の評価も上がり、顧客と類似しているインスタユーザー【見込み客】のおすすすめにも乗りやすくなります。なのでまずは「顧客全員からフォローされること」を目指してみてください。

そのために、今まで僕のクライアントさんが実践してきたアイデアを3つ紹介します。

1. サロワークと発信を連動
2. 仕上がり写真を活用
3. 優待をつける



【01】サロワークと インスタ発信を連動

来店いただいたお客様にフォローしてほしいと思ったとき、最も単純なのは、「インスタやってるのでよかったら見てみてください」と伝えることですが、これの最大の弱点は、美容師側もお客様側も疲れてしまうことです。

毎回言えば鬱陶しいですし、他に伝えたいこと、例えば、メニューやスタイルの話などをしたいのに、「インスタの紹介しなきゃ。断られたらどうしよう」と気持ちを押迫してしまうのは本末転倒です。

なので、まずはお客様がフォローする意味のある発信をしてみてください。

そして、フォローする利点を作ってから、インスタアカウントを教えてください。

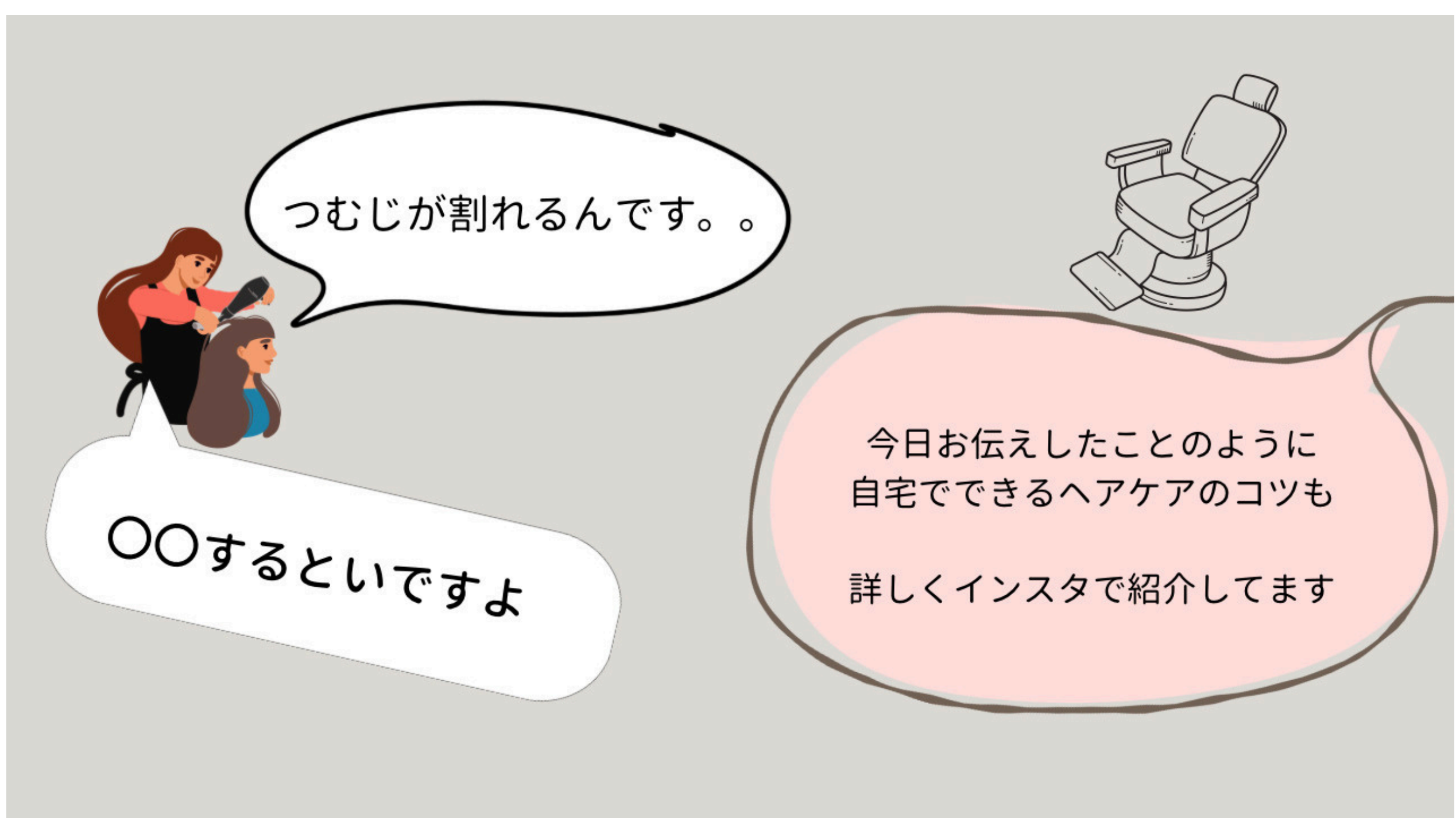
例えば・・・

普段のサロンワークで、ヘアケアについてアドバイスすることが多い場合・・・

「〇〇ってどうしたらいいの？」とお客様に聞かれたら、その疑問や悩みを解決できるアドバイスをする



そして、それに対して「もっと詳しくはインスタでもわかりやすいようにまとめているので、よかったら見てみてください」と伝える。



このようにお客様にインスタを見る意味が生まれれば、インスタアカウントを教えることが自然になり、お客様に喜んでもらえるきっかけにもなるはずです。

なので、自分がサロワークで【大事にしていること】
【お客様が喜んでくれていること】を発信してみてください。

例えば・・・

自分の接客スタイルが【プライベートな会話】を重視していて、それをお客様が気に入ってくれているなら、プライベートな投稿をすることでお客様に紹介しやすくなります。

仕上げでヘアアレンジを教えることが多いなら、ヘアアレンジの投稿をしたほうが、「今日お伝えしたやり方はここで動画アップしているので、よければ家でやってみてください」と伝えることができます。

髪の毛の悩みや疑問を聞かれることがあるなら、自宅でできる解決方法を投稿することで、「今日は〇〇の方法をお伝えしましたが、ヘアケアでまた迷うことがあったらインスタを見てみてください」と伝えることができます。

このように、顧客が喜ぶ、顧客がフォローしたくなる投稿を今までの集客のための投稿に混ぜることで、顧客がフォローする理由になり、無理にフォローを押し付ける必要がなくなります。



【02】仕上がり写真を活用

これは、最もフォローにつながりやすい方法で、お客様に喜んでもらうためのインスタ運用です。

その方法は…

1. お客様の仕上がり写真を撮る
2. どんな仕上がりでもストーリーにアップしてお客様へのメッセージを一言添える



この時のポイントは、顔が映らないようにすることです。(顔出しを気にしないお客様は、ばっちり映ってOKです)

人は誰でも自分に興味があります。だからこそ、お客様にとって自分の写真が出ているインスタは見る意味があります。さらにその発信にメッセージもあれば嬉しく思うはずですよ。

なので、サロワークで、「すごく素敵なのでインスタに投稿してもいいですか？」と試してみてください。

それから、「いついつに投稿するので見てくれたら嬉しいです」と言ってアカウントをお伝えしてみてください。

そうすれば、きっと見てくれますし、日々発信している役に立つ内容にも興味を持ってくれるかもしれません。インスタを見てくれれば、目に触れる機会が多くなり、お客様との心の距離もぐっと近づきます。



【03】優待をつける

優待をつける方法は、最も簡単で確実です。

例えば、サロンでの取り組みとして再現性を高めたいときに非常に有効です。確実なお得感があることで、詳しい説明や細かいこだわりをやらなくてもフォローにつなげることができます。

よくある方法は以下の通りです。

- ・メンションしてくれたらトリートメントプレゼント
- ・インスタからの予約で500円オフ
- ・インスタストーリーで限定お得クーポン配布

このように、インスタを見ていれば得するという状況を作ることで、サロンスタッフもストレスなく紹介しやすくなるので、可能な場合は参考にしてみてください。

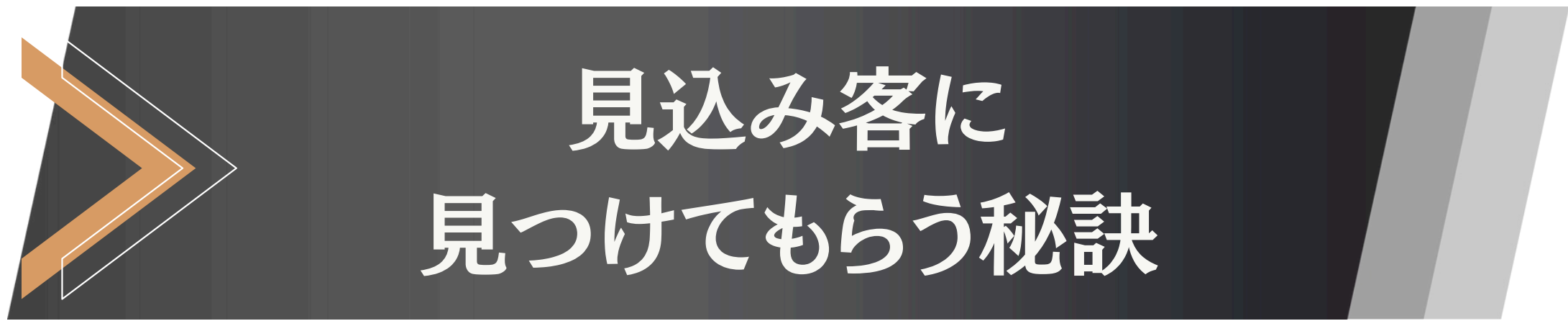
セット面にPOPを置くのもおすすめです。

よくある販売促進の手法で、セット面や鏡にPOPを置いたりする方法は効果的です。これをインスタを知ってもらう目的で行うのもおすすめです。この時のポイントは、【インスタはこちら】とだけ書くのではなく・・・

- ○○についてインスタで紹介中
- ○○解決法をインスタで発信しています
- ○○の優待はこちらからチェック

など、自分のアカウントで発信している内容で、顧客がインスタアカウントを見る利点を一言加えてPOPにしておくのと、わざわざ説明しなくてもお客様がアカウントを見てフォローにつながりやすくなります。





見込み客に 見つけてもらう秘訣

顧客のフォロワーを増やしつつ、さらにやっておきたいことは、まだ来店したことがない見込み客のフォロワーを増やすことです。

自分のサロンのある地域に住む見込み客が自分のアカウントを知ってくれさえすれば、フォロワー数もリーチ数も関係なくなります。

しかし…

その方法がわからない。

アカウントがそもそも伸びていない。

という方も安心してください。

開設したばかりで認知が取れないアカウントだったとしても、確実に見込み客に届ける方法をお伝えします。

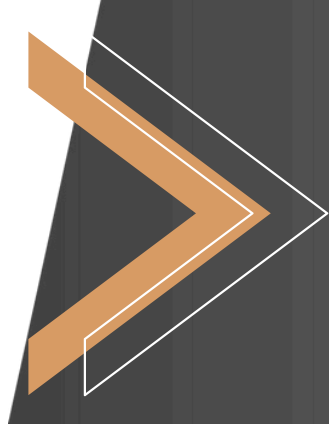
具体的には以下の2つの方法です。

1. 身近なところにアプローチをして、
間接的に興味を惹くいいね周りをする。
2. ダイレクトに見込み客に向けて、
「いいね」や「コメント」のアプローチをする。

よく見かけるインスタ運用のノウハウでは『いいね周りはするな』『質の良い発信をすれば自然にリーチできる』などがありますが、集客のためのインスタ運用であれば、「いいね周り」は必須です。

「いいね周り」やアクションをすることで、最速で集客につながりますので、必ずやっていきましょう。

ただし、がむしゃらに、意味のない「いいね周り」は、アカウントが死んでしまう原因になりますので、正しい「いいね周り」が大事です。



正しい「いいね周り」とは？

以前は、とにかくがむしゃらに「いいね周り」や「フォロー周り」でフォローバックを狙えば簡単にフォロワーを増やすことができましたが、そのように増やしたフォロワーでは、今はアカウントが死んでしまい、永遠に伸びないアカウントになります。

なので、正しい「いいね周り」が必要です。

正しい「いいね周り」とは、「地域に住む見込み客」を狙って、鬱陶しくないようにアプローチすることです。

その具体的な方法は以下の3つのステップです。

【ステップ1】

まずは地域の美容師にアプローチ

【ステップ2】

地域のお店にアプローチ

【ステップ3】

見込み客にアプローチ

【ステップ1】まずは地域の美容師にアプローチ

まずは自分のサロンの地域の美容師さんをフォローして、できるだけフォローバックも狙います。

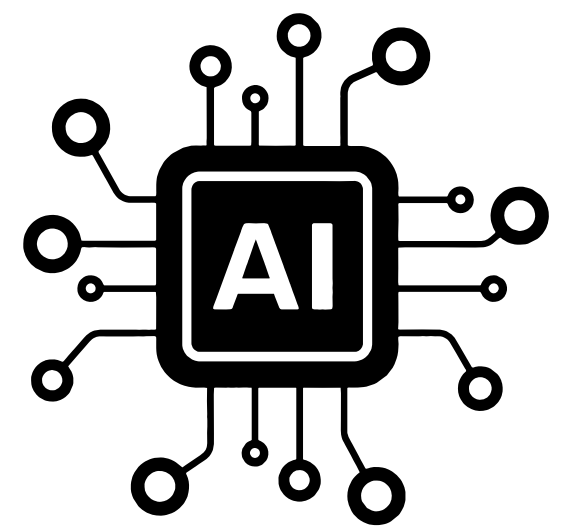
これを聞くと「なんで？ライバルじゃん」と感じる人も多いと思いますが、これには2つの理由があります。

理由1： インスタに自分のアカウントのジャンルを知らせる



インスタに自分のアカウントのジャンルを正しく判断してもらうことは、非常に重要です。インスタは投稿を表示するときに、

「Aさんは〇〇に興味があるから
〇〇についての投稿を見せよう！」



というように、関連性のあるものをおすすめします。

この時に自分の発信が正しくインスタに判断されていなければ、トンチンカンなおすすめのされ方をしてしまい、一向に見込み客に見てもらえません。

なので、まず美容師のアカウントをフォローすることで・・・

「このインスタは、
この人たちと同じような発信ですよ」



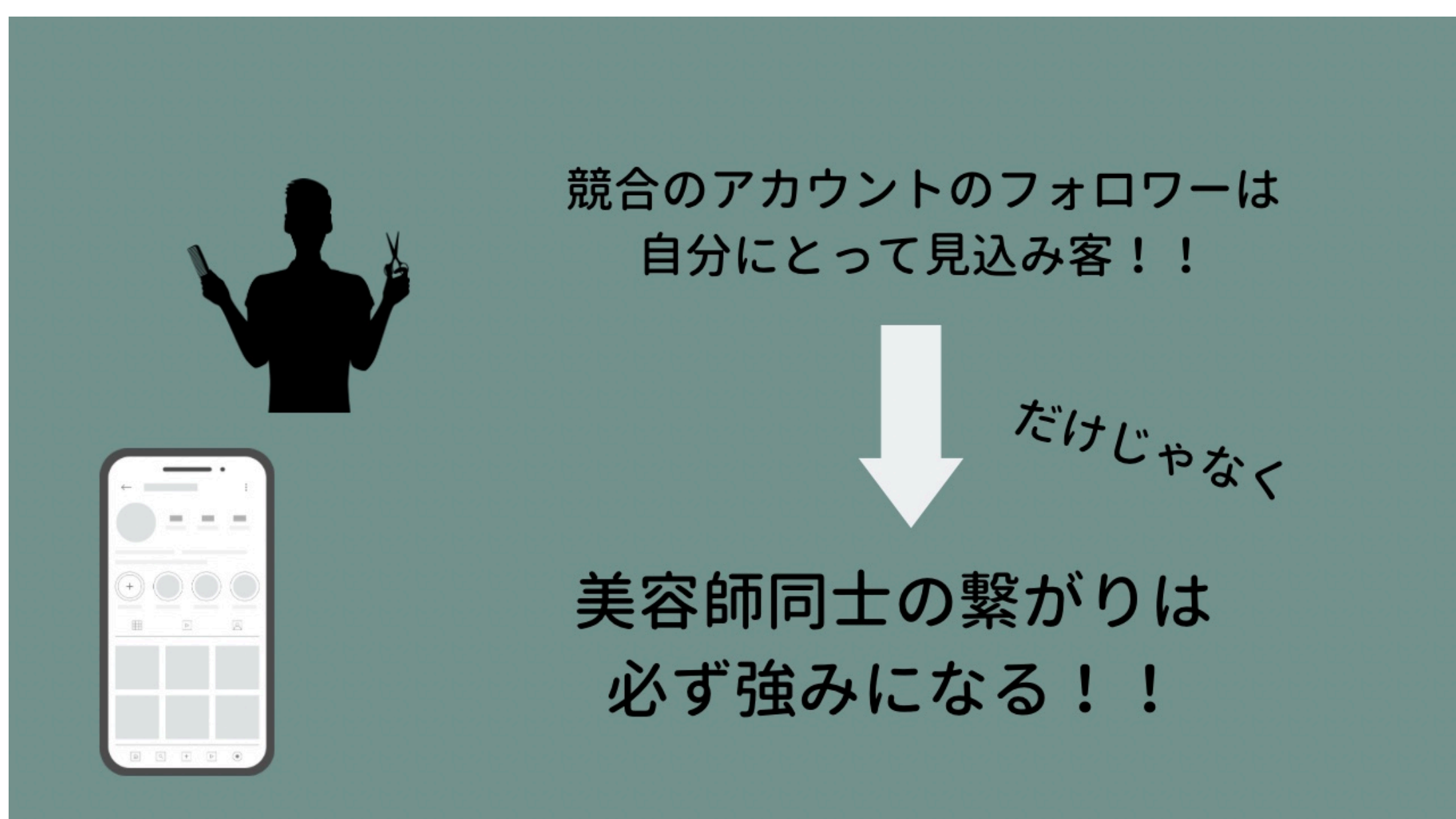
と知らせることができます。

理由2： 地域美容師のアカウントのフォロワーは 自分にとっても見込み客!!

地域美容師さんは自分のライバルでもありますが、そのお客様は自分にとっても見込み客であることがほとんどです。なので、その美容師さんとつながることで、見込み客の目に触れる可能性が上がります。

だからこそ、地域美容師さんと繋がってみてください。

そしてそれだけでなく、将来の求人にもつながりますし、何かのきっかけで仕事仲間になるかもしれません。

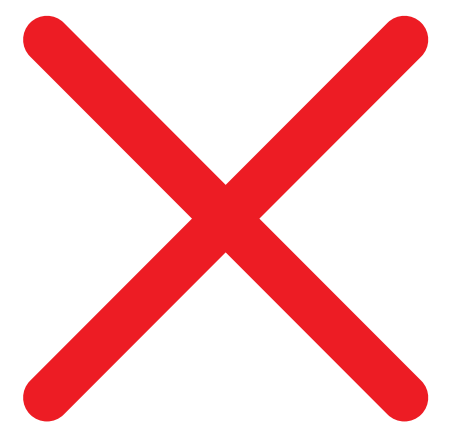


例えば、講師として講習を開くときのパートナーになったり、お互いの情報共有になったりと美容師同士の繋がりは思わぬ結果につながります。

なので、ポイントは、「うざいアクション」ではなく、喜ばれるアクションをしてください。

同じ美容師ならどんなことをされたら嬉しいかわかるはずです。

- ・とりあえずいいねをたくさんする。
- ・無言フォローしてあとは無視。



このようにしたら今後の関係に傷がつきます。

なので、自分がされて嬉しい内容の、ストーリーアクション、DM、コメントをしてみてください。そうすれば自然と、インスタで地域の美容師さんと繋がれるようになります。

【ステップ2】地域のお店に アプローチ

この理由も地域美容師さんと同様理由と似ています。

地域に住む見込み客は、以下のお店をフォローしていて、その投稿を見ている可能性が高いので、地域のお店にアプローチして、そのお店と繋がってみてください。

- 地域のエステサロン
- 地域のネイルサロン
- 地域のカフェ
- 地域の雑貨屋
- 地域のバー
- 地域のスイーツ店
- 地域のラーメン屋
- 地域のレストラン
- その他

など・・・

そうすることで、例えば・・・

地域のお店のフォロワーさんが、自分のアカウントを見つけてくれるきっかけになる。

地域のお店のアカウントは、そのお店のパートさんや女性スタッフのことが多いので、そこから美容室の来店につながることも意外に多い。

何かのきっかけで、お客さんを紹介してくれるかもしれない。

などの可能性が生まれるので、全く関係ないフォロワーを増やすよりずっと効果的です。

なので、地域のお店とつながるために、ビジネス利用しているアカウントの心理を考えて、アプローチしてみてください。（これは美容師のアカウントとつながる方法にも同じことが言えます。）

ビジネス利用しているアカウントの心理とは・・・

- ・ フォロワーを増やしたい
- ・ いいねをたくさん欲しい
- ・ 頑張っている人を応援したい

この心理に答えることで、同業者とも地域のお店のアカウントともつながりやすくなります。



**「フォロワーを増やしたい」
思いに応える**

これに答えるのはシンプルです。

こちらからフォローをすれば、興味を一気に持って
くることができます。

ですが、フォローだけして他のアクションをしないのはNGです。例えば、あなたのアカウントはいきなりフォローされて、全然興味のないアカウントだったら確実にスルーするはずですよ。

第5章

見込み客に確実に 発信を届ける方法

なので、アカウントをフォローしたらメッセージを送りましょう。

例えば、同業者のアカウントで、カラー特化のアカウントに「いいね」と「フォロー」をしたのであれば…

すごく素敵なカラーですね！
勉強させていただきます。

この色すごいです！おもわずフォローさせていただきました！今後も勉強させていただきますてもよろしいでしょうか？

素敵な投稿見させていただきました！僕もカラー頑張っているのですが、同じように発信しているのを見て嬉しくてフォローさせていただきました！一緒に盛り上げていきましょう

など、相手が喜びそうなメッセージを添えてみてください。【注意！】フォロー後は必ずその人にいいねやアクションを継続してください。

✓ 「いいねがたくさん欲しい」の 思いに応える

ほとんどの人は「いいね」をされて嫌な気持ちになる人はいません。

無言フォローやコピペ文章のメッセージは鬱陶しいですが、「いいね」は、嫌われにくく、アクションのハードルも低いです。

なのでまずアクションする場合は「いいね」をしていきましょう。

1人のアカウントに2つの「いいね」がおすすめてです。

3つ以上は鬱陶しく思われやすく、1つではスルーされやすいので2つが最適です。

※やりすぎはインスタからアクションブロックがかかるので、時間を分けて数個ずつ行ってください。



「頑張っている人を応援したい」
思いに応える

「いいね」や「フォロー」をしても投稿やストーリーが少なければフォロー返しは期待できません。

ちゃんと運用しているアカウントと証明するために、定期的な投稿とストーリー配信は必ず行いましょう。

どうしても忙しい時には、3日に1回など一定のペースは必ず守ってください。

慣れるまでは、お客様に届ける情報というイメージではなく、質にこだわらずに、まずは継続して発信することにこだわってください。



【ステップ3】 見込み客 にアプローチ

見込み客に自分を見つけてもらうことがインスタ集客の最大の目的なので、「店舗のある地域のターゲットに知ってもらうこと」が目標になります。そのためにお客様になりそうな人に直接アプローチしていきますしょう。

ターゲットユーザーに知ってもらう方法では、投稿で発見タブに乗ることも1つですが、それにはインスタアルゴリズムを理解する必要がありますし、運よく発見に乗ってもプロフィールまで見てもらえる可能性は少ないです。

そしてターゲット地域やターゲットユーザーを狙っていくこともできません。

一方で、「いいね」やフォロワーをされたユーザーは「誰だろう？」とプロフィールを見る可能性が高いため、プロフィールを見てもらうための近道になります。

なので、来店する可能性がある人に「いいね」を、必要であれば「フォロー」をしてみてください。

ただし、ターゲットユーザーと言ってもアプローチの仕方に迷う場合も多いです。なのでアプローチのポイントは3つ紹介しますので参考にしてみてください。



**「地域＋カフェ」
で検索して探す**



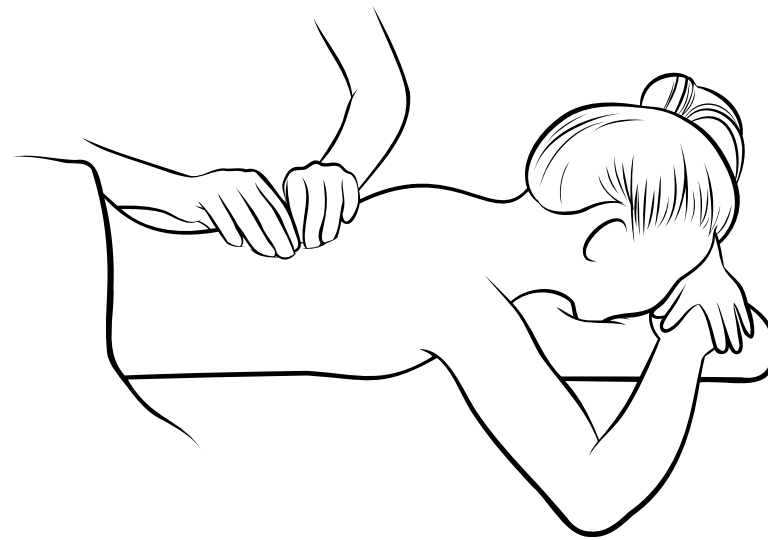
カフェは、おしゃれに敏感な女性利用が多いです。

なので、近くのカフェや近くの飲食店をフォローして、そこに「いいね」している人にアプローチしてみてください。

※基本は「いいね」のみにして、頻繁に更新しているアカウントはフォローしていきましょう。



「地域＋美容サロン」 で検索して探す



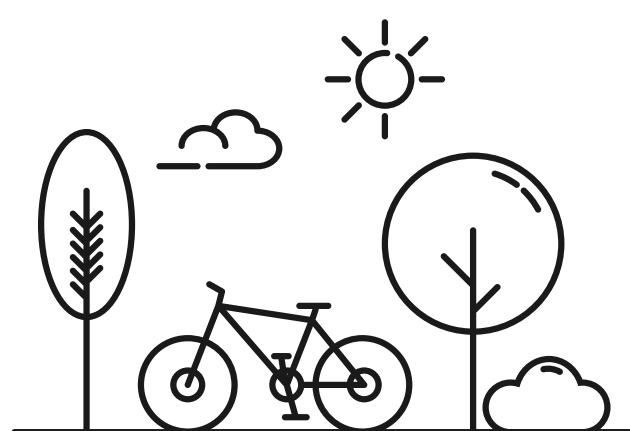
ネイルサロンやエステサロン、マツエクなどの近くのお店は全てフォローしましょう。

そこに通うお客さまやそのお店のフォロワーさんは、美容室のターゲットであることがほとんどです。

なので、近くの美容サロンの投稿に「いいね」をしているアカウントからターゲットを探して「いいね」をしていきましょう。



「大学サークル・公園」 で検索して探す



20代を集客したいときは、大学サークルはおすすめ
です。

サークルは横つながりが強いので、そのサークルと
繋がることで集客に促すこともできます。

ですが注意点として、鬱陶しいアクションは一気に
悪評が広がるので注意しましょう。

また、ママさんがターゲットなら近くの公園を投稿
しているアカウントから探していきましょう。

〇〇公園で検索するとその公園が行動範囲の人を探
すことができます。

【鬱陶しいアクションをしない!】

注意点としては、「鬱陶しいアクションをしないこと」です。ここでよく疑問に思うのが、「鍵がかかっている非公開アカウント」のことですが、個人的にはここに「いいね」などのアクションはしないほうがいいと思います。

プライベートで使いたいからこそ、鍵をかけているので、そこにアプローチはしないほうがいいです。

加えて、一般のインスチューザーにアプローチし続けると、うざい美容師として知れ渡ってしまうのでこれは避けなくてははいけません。

そこでおすすめは・・・

【ステップ1】 まずは地域の美容師にアプローチ

【ステップ2】 地域のお店にアプローチ

この2つををメインにおこない、たまに【ステップ3】の「見込み客にアプローチ」を行うことがおすすめです。



フォロワーは、たくさんいても意味がありません。

本当に集めたいフォロワーとは、自分のサロンに通える範囲に住む「見込み客」と、自分のサロンに通ってくれている「顧客」です。

なので、それぞれの人にフォローしてもらえる運用をしてみてください。

これを行えば最終的に必要なフォロワー数とは、「顧客」＋「地域的美容師」＋「地域のお店」のフォロワー数があれば十分です。

田舎や都会で規模は違いますが、田舎なら500から都会なら多くても1000のフォロワーで十分です。

なので、1万人フォロワーを集める運用のような一般的なインスタ運用ではなく、見込み客に確実に届けるためのインスタ運用をしてみてください。これが、毎日投稿よりも、アルゴリズムをハックするよりもずっと簡単で最速で結果につながる方法です。

美容師特化のインスタ集客

第 6 章

最速集客のための
広告運用



インスタ集客の最大の弱点は、「成果が出るまでに時間がかかること」です。

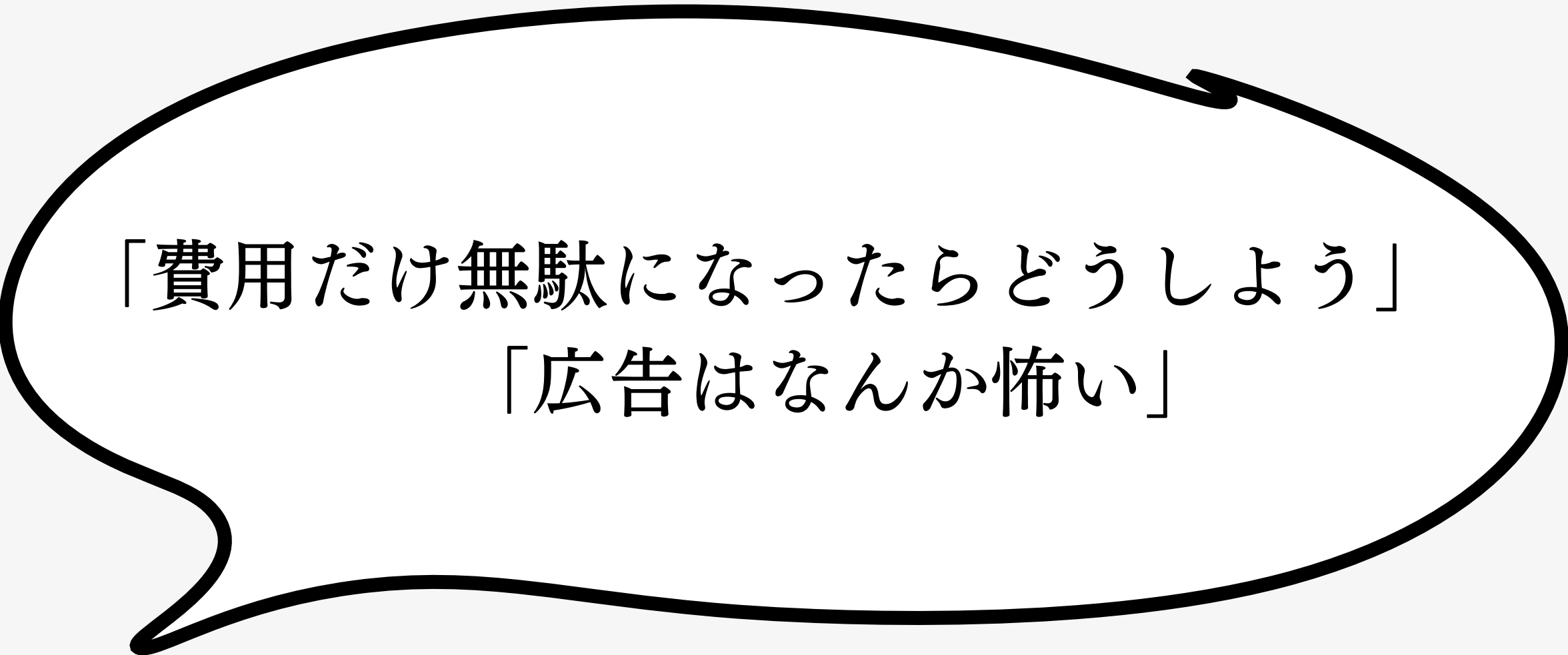
今まで、インスタで集客するための様々なコツを紹介してきましたが、どうしても避けて通れないのが【アカウントが育つまでの時間】です。

どんなに正しい運用をしていても、結果につながるまでには半年から1年はかかります。そして、その運用が本当に正しくできているかどうか、わかるまでにも時間がかかるため、間違った運用を続けてしまう恐れもあります。

これを解決する方法が、「インスタ広告を活用すること」です。

インスタで成功している人、インスタで集客している人、その違いは「広告を使いこなせるか？」にかかっていると書いても過言ではありません。

ですが、広告には不安がつきものです。



「費用だけ無駄になったらどうしよう」
「広告はなんか怖い」

そんな不安を抱えるのは当然です。

そこで、第6章では「最速で結果を出すための失敗しない広告の考え方」を紹介します。



広告をする理由

当たり前のことですが、どんなに素晴らしい技術やサービスでも、知られなければお客様は集まりません。

僕たち美容師はこれまで、技術を磨き、接客やサービスにこだわり、お客様に喜んでもらうために多くの努力をしてきました。

だからこそ、美容師さんそれぞれに100人いれば100通りの「誰にも負けない強み」が必ずあるはずです。

なので、自分を知ってもらうためにインスタなどで発信をしていると思いますが、誰もがぶつかる壁があります。

「こだわった発信が見られない」
「なかなか集客につながらない」



毎日コツコツと質の高い発信を続け、やっとある程度の人数にリーチできるようになったとしても・・・

【時間と労力がかかる！！】



これがインスタを含め
全てのSNSの弱点でもあります。

加えて、現在の発信が、

- 本当にお客様に響く内容なのか？
- 今のターゲット設定が正しいのか？
- 集客に繋がる発信ができているのか？

この答えを知るためには、



【運用期間】と【多くのデータ】が必要不可欠。

なので、どうしても手探りの運用になりますし、得られるデータを見ても、どこが問題なのかを正確に判断するのは難しいのです。

これを簡単に解決するのが広告です。

広告を出すことで、自分のターゲットに向けて確実に情報を届けることができ、アカウントが育つ必要なく直接集客に結びつけることができます。

さらに、広告で得られるデータは、見込み客だけにリーチしたデータなので、その内容が「興味を惹けるのか?」「惹けないのか?」が、1週間もあれば確実にわかります。

したがって、広告を使いこなすことが最速で結果に繋がり、時間を無駄にすることなく集客を加速させることができるのです。

広告のメリット・デメリット

広告の重要性はなんとなくわかった。
「でもやっぱり不安」という場合も安心してくださ
い。

広告には良い部分と悪い部分がありますが、これを
知ること自分ならどう活用すべきかがわかり、失敗
することがなくなります。

なので、まずはメリットとデメリットを詳しく紹介
します。特にデメリットを確認してみてください。





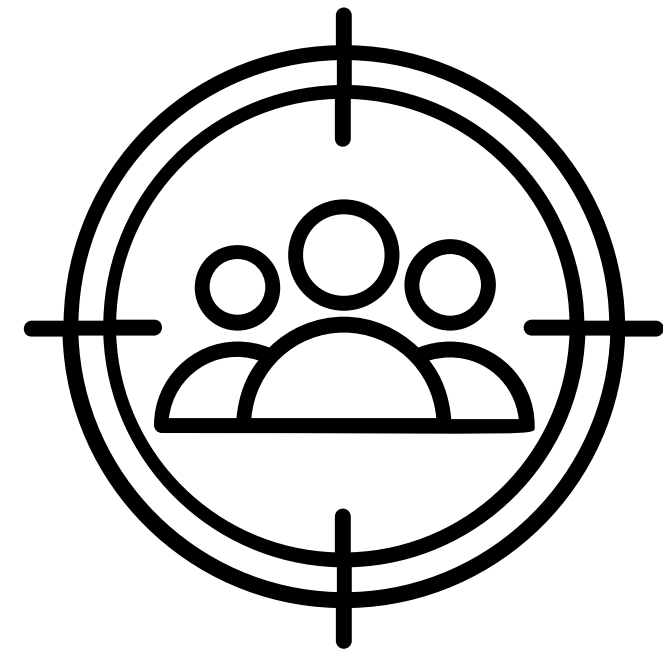
【メリット】 詳細なターゲティング

インスタ広告はFacebookで使用されているターゲティング機能とほぼ同じ機能を使っています。

Facebookのすごいところは、膨大な情報量です。

その情報を生かしてターゲティングができるので、

- 何に興味があるのか？
- どこに住んでいるのか？
- 性別、年齢



など、かなり高い精度でのターゲティングができます。

自分が見せたい人に狙って見せることができるので、かけた費用も無駄なく成果に繋げることができます。



【メリット】

予算を自由に設定できる

インスタ広告は、1日100円からでも出稿できます。

もちろん100円では効果が見込めませんが、自分で予算をコントロールできることで、「思ったより広告費がかさんでしまった」などのことを避けることができます。



【メリット】

認知拡大が可能

インスタの投稿やリールだけで認知を広げようとすると、時間も労力もかかります。

アカウントが伸びるまで短くても半年から1年はかかりますし、ある程度人気の投稿になってリーチが獲得できたとしても、そのリーチしたアカウントが見込み客以外が多ければ集客効果は期待できません。

ですが、広告であれば、

- サロンのある地域に住んでいる人
- ○○から○○歳の人
- ○○に興味がある人

などと決めたターゲットに確実に認知してもらうことができます。

したがって、広告を出した瞬間に、結果に繋がることも少なくありません。

インスタの発信だけでは自分のターゲットに狙って発信を届けることも、すぐにとくさんの人にリーチすることもできませんが、広告を使えば、出稿したその日から自分のターゲットに、広告費をかけた分だけリーチを取れるので、成果が出るのが圧倒的に早くなります。



【デメリット】

インスタユーザーにしか認知できない

当たり前のことですが、インスタやFacebookを使っているユーザーにしか認知できません。より多くの認知を取りたい場合は、YouTube広告の方が視聴者は多くなります。

ただし、

- 普段インスタを見ているユーザー
- 普段YouTubeを見ているユーザー
- Googleで検索をよくするユーザー

これらは刺さる言葉や見せ方にも相性がありますし、集まるお客様の属性も異なります。

理想は、インスタ広告、YouTube広告、Google広告など、それぞれを試しながら自分に合った広告を探すことです。

ただ、WEB広告の中でもインスタ広告は、取りかかりやすいので、迷う場合にはまずインスタ広告をやってみてください。



【デメリット】

広告は興味を持たれにくい

皆さんもインスタを見ているときに広告が出てきた場合、おそらくあまりよく見ずに飛ばすと思います。

同様に、自分が広告を出した場合にも、ほとんどはちゃんと見られないことを覚悟しておきましょう。

そのため、ターゲットをしっかりとイメージし、興味を惹きやすいキャッチコピーや画像、動画にこだわることが大事です。



【デメリット】 少額では効果が出にくい

少額の広告費用では効果を得るのは難しいです。

少ない費用では、広告を出す期間が限られてしまうため、その分ユーザーに認知してもらえる機会が少なくなります。

そして認知が少なければその分集客効果も低くなります。

ポイントは、

1. どのくらいの認知で目的の結果になるか？
2. そのための必要な費用はいくらか？

この2つを探りながら運用することが大切です。



失敗しない活用方法

インスタ広告はメリットも大きいですが、デメリットも無視できません。

せっかく広告を出したのに費用を無駄にしてしまっ
てはもったいないので、失敗しないためにデメリット
を対策しながら広告運用することが大事です。

一番失敗してしまうパターンは、「目的」「目標」
が曖昧なまま、とりあえず広告を出してしまうこと
です。目的によって作る広告は大きく変わりますし、出
稿する広告によって成果が出るか出ないかが大きく変
わります。

なので、まずは「目的」「目標」を決めてください。

ここで、インスタ広告で失敗しにくい「目的」のパターンを4つ紹介します。

1. ターゲットに認知させるための広告
2. キャンペーン告知の広告
3. 分析のための広告
4. 見込み客のフォロワーを増やす広告

① ✓ ターゲットに認知するための広告

広告の一番の落とし穴は、「広告を出せばすぐに集客になるかも！」と考えてしまうことです。

皆さんもイメージしてみてください。いきなり広告で見つけて、すぐに「予約しよう」と思うパターンはかなり稀です。

インスタ広告は、ターゲットに確実に広告を見せることができますが、見た人の多くは「今すぐ美容室を探している人」ではありません。

いつも行っている美容院があったり、最近行ったばかりだったり、気にはなるけれど今は必要ないと考える人が多いのです。

したがって、興味を惹かれたとしても、すぐに予約にはつながりません。

しかし、記憶には残ります。

広告を使えば、日々のインスタ運用をコツコツ頑張るよりも、簡単で確実に自分の見込み客に自分を知ってもらうことができ、記憶に残すことができます。

なので、広告の目的を「今すぐ予約してほしい」ではなく「自分を知ってもらおう」という目的にしてみてください。



②

キャンペーン告知の

キャンペーンの告知を目的にした広告の使い方もおすすめです。

例えば、

近くでお祭りがあるから、
簡単ヘアセットをこの日は低価格で提供しよう！

年末年始の特別キャンペーンで
カラー〇%OFFにしよう！

新メニューを導入したから
キャンペーンをやろう！

など、明らかに金額面でお得な場合に、その優待を告知することで大幅な集客が見込めます。

ただし、一つポイントがあります。

インスタ広告で流れてくる場合、【一般目線で明らかに
お得とわかること】が重要です。

例えば、

「カット1割引きで3500円！！」と言われても、既存の顧客には魅力が伝わりますが、一般的にはもっと安いサロンがたくさんあるため、興味を惹くことはできません。

なので

- 他ではやっていないこと
- 明らかに安い、お得であること

この2つのどちらかを満たす場合には、インスタ広告で一気に認知を取ることで集客数を獲得できるため、非常に有効です。

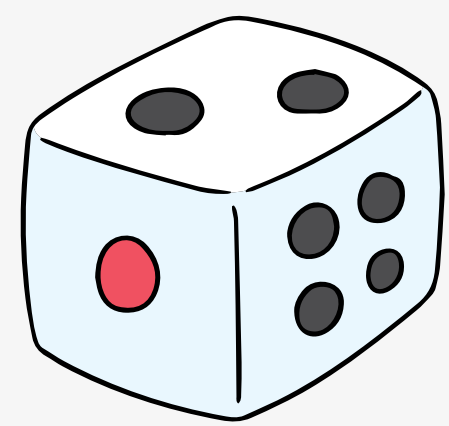


③

分析のための広告

インスタ広告を使えば、自分のターゲットへのリーチを確実に獲得できるため、分析も今よりずっと正確に行えます。

例えば、サイコロの1の目が出る確率は6分の1ですが、実際に6回サイコロを振っただけでは、1の目が3回出るかもしれませんし、1回も出ないかもしれません。しかし、1000回振れば正確な6分の1の確率に限りなく近づきます。このように、データの正確性を確保するためには数を重ねることが重要です。



なので例えば、投稿を「一般女性」をターゲットにしているのに、実際には「美容師」ばかりが見ていて「一般女性」へのリーチがほとんどない場合、せっかくインサイトで分析したデータもほぼ意味がないということになります。

広告を使えば、例えばAの投稿とBの投稿のどちらがより質の高い投稿かを確認したい場合、その投稿を同じ条件で同じターゲットに広告として出します。そこで、Aのパターンでターゲット3000人にリーチ、Bのパターンでもターゲット3000人にリーチといった具合に、条件が同じで、認知を獲得できるため、正確に分析できます。



効果のあるパターンを今後の投稿で再現していけば、より質の高いアカウントに成長させることができます。

このように、広告は集客するためだけではなく、今後の効率的な運用のための投資として使うのもおすすめです。

④



見込み客のフォロワーを増やす広告

インスタグラムのアカウントをどれだけ整えても、フォロワーが美容師や異なる地域のユーザーばかりでは、来店にはつながりません。

一方で、ターゲット層がフォローしてくれれば、来店につながる可能性が高まります。

したがって、見込み客にフォローされることは非常に重要です。

前の章で、見込み客をフォローしてもらうための日々のアクションについて紹介しましたが、「時間がない」または「アクションが面倒だ」という場合もあるでしょう。

この問題を解決する手段が広告です。

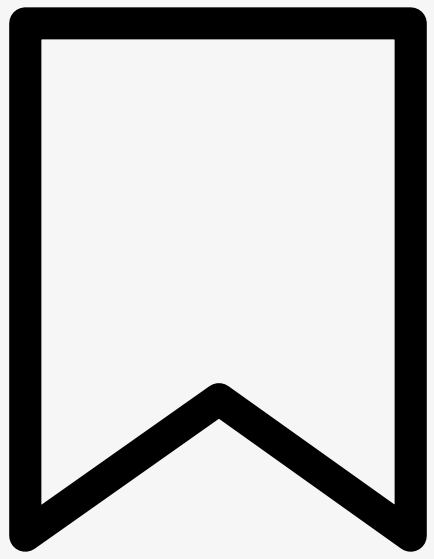
自分のサロンがある地域のターゲットに対して、フォローしたくなるような広告を出すことで、見込み客のフォロワーを増やし、来店につなげることができます。

具体的な方法としては、例えば以下のような内容を広告に盛り込むのがおすすめです。

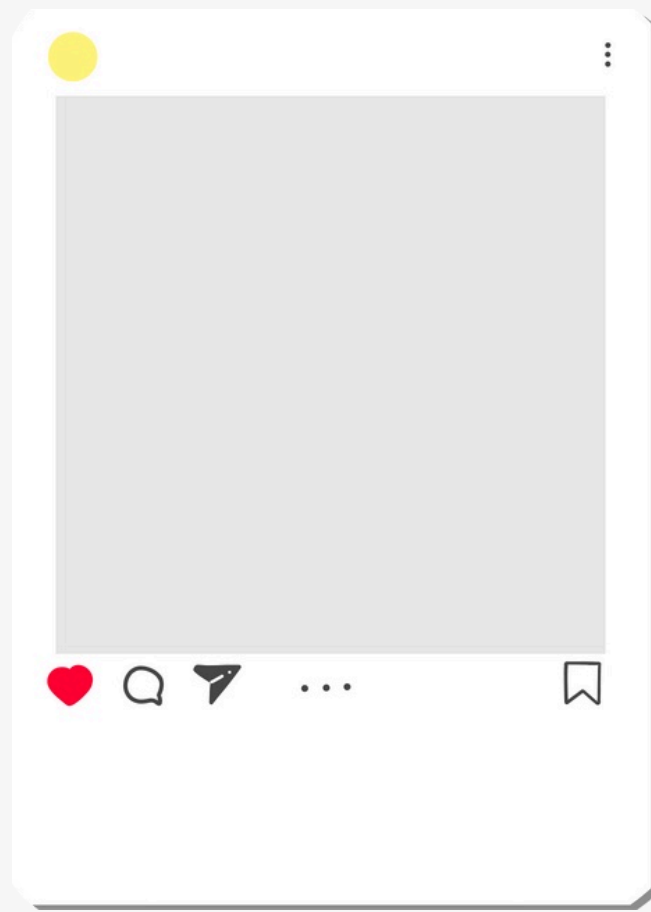
- ・「〇〇な経験を通じて、〇〇な思いを持ち、〇〇を実現したいと思って、このアカウントを運営しています。ぜひ、こんな投稿を見てください」というメッセージを伝える。
- ・どんな美容師で、何にこだわっているのか、インスタを通じて何が得られるのかを広告で伝える。

このように、フォローする利点を感じさせる広告を作成し、ターゲット地域に限定して出してみてください。1日500円で1週間程度でも十分に効果があります。

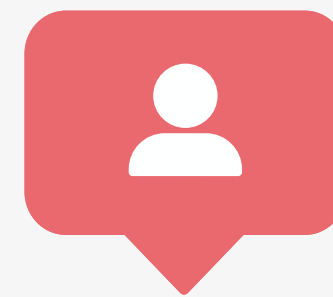
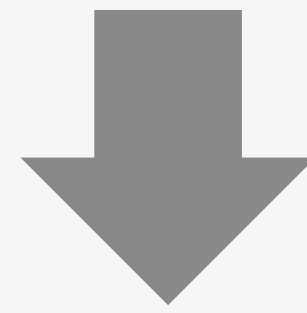
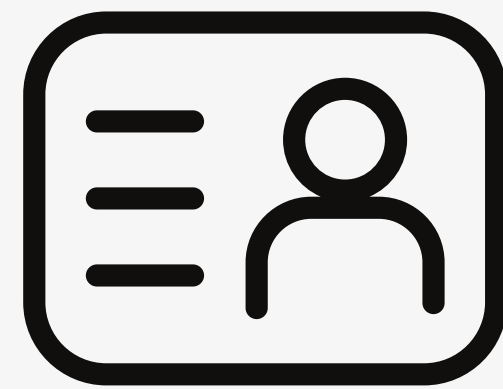
また、広告を作るのが難しい場合は、これまでの投稿の中で「保存が多い」または「プロフィール閲覧からのフォローが多い」投稿をそのまま広告にするのもおすすめです。



保存が多い



または

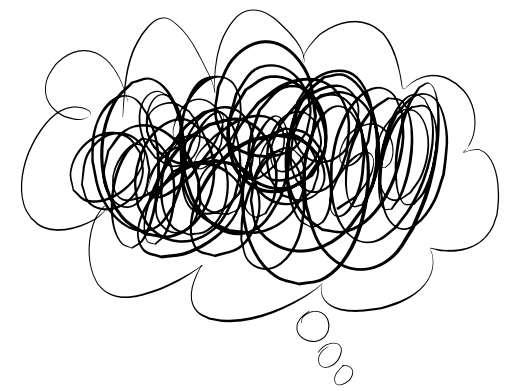


プロフィール閲覧
からのフォローが
多い

これらの投稿は質が高く、フォローに繋がりがやすいので、ターゲットにもっと見てもらえれば、来店の可能性のある人のフォローにもつながるはずです。

 効果的な広告内容の作り方

「失敗したくない……」
「何を広告にすればいいかわからない……」



広告を初めて出すとき、多くの人がこのような悩みを抱えることが多いです。

ですが、残念なことに、広告には明確な正解はありません。広告は100人いれば100通りの答えがあり、時代の流れによって効果が変わることもあります。

例えば、1ヶ月前まで効果があった広告が、急に全く反応がなくなることも珍しくありません。

「こんな広告なら反応がいいだろう」と想像で考えても、それは机上の空論に過ぎないのです。

この問題を解決するためには、テストを繰り返して反応を見ることが最も重要です。悩む前に少額で広告を出し、テストを重ねることで、自分にとって最適な広告を見つけることができます。

ただし、成功につながるパターンは存在します。

僕自身、さまざまな広告を試し、多くのクライアントの広告をサポートしてきました。その中で、効果のないものもあれば、効果が出るパターンもありました。

そこで、成功につながるコツを5つのステップにまとめました。

このパターンに沿って広告を作成すれば、大きな失敗を避けることができるので、まずはこの方法を真似し、そこからテストを繰り返して、自分に最適なパターンを作り上げてください。

ステップ1 目的を決める

ステップ2 伝えたいメッセージを決める

ステップ3 求めているものをイメージする

ステップ4 構成を決める

ステップ5 作成する



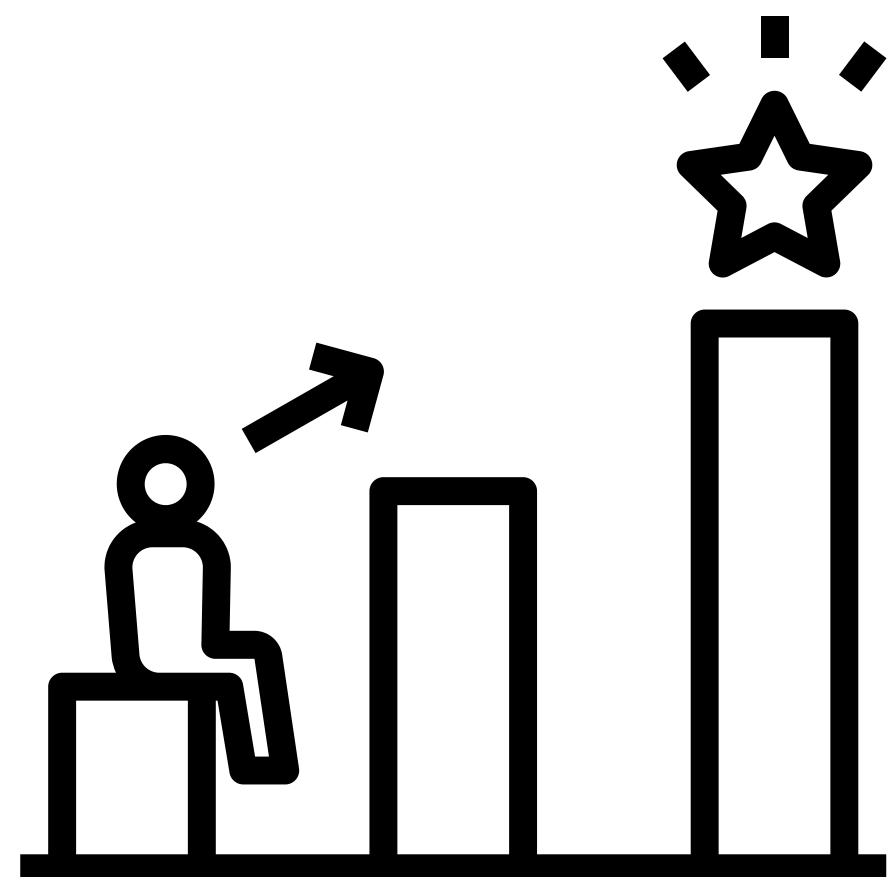
ステップ1: 目的を決める


最初に決めるべきは「目的」です。目的によって出すべき広告の内容が大きく変わり、分析すべき指標も異なってきます。

ただし、「目的は集客です！」というような曖昧なものではなく、具体的に定めることが重要です。

以下の4つの目的から選んでみてください

1. ターゲットに認知してもらおうための広告
2. キャンペーン告知の広告
3. 分析のための広告
4. 見込み客のフォロワーを増やす広告





ステップ2: 伝えたいメッセージを決める

目的が決まったら、その目的を達成するために伝えたいメッセージを考えます。目的によって、メッセージの内容は異なります。

例えば・・・

1. ターゲットに認知してもらうための広告

自分の存在を知ってもらうことが目的です。見込み客に「この地域にこんなサロンがあったんだ」と思ってもらうことを目指します。

この場合、伝えたい内容は「〇〇が得意な美容師です」や「〇〇にこだわっています」など、自分の特徴や強みです。

2. キャンペーン告知の広告

お得感や特別感を伝えることが目的です。

見込み客に「それ、すごく良さそう！」と思ってもらうことを目指します。この場合、伝えたい内容は「何がお得なのか？」や「どんなキャンペーンなのか？」です。

3. 分析のための広告

この広告は、どの投稿が反応が良いかを調べるためのものです。

具体的なメッセージは不要で、「Aパターンの伝え方」と「Bパターンの伝え方」をテストするための広告になります。

4. 見込み客のフォロワーを増やす広告

見込み客に「このアカウント、気になる！」と思ってもらうことが目的です。この場合、伝えたい内容は「インスタでどんなことを発信しているか？」です。

ステップ3: 求めているものをイメージする

先ほどの、ステップ2で決めたのは、こちらが伝えたい内容です。

しかし、重要なのは・・・
「お客様が何を求めているのか？」

これを探ることが大切なのですが、そのために、最も効果的な方法が、「お客様の悩みを書き出すこと」です。

例えば・・・

「縮毛矯正が得意です。ダメージを最小限にして艶々にします！」というのは美容師側の視点です。

これを求めている人の
「悩み」をイメージすると・・・

縮毛矯正を検討していない人は、

- ・ マスクで前髪がうねる
- ・ 毎日のアイロンが大変
- ・ 広がってまとまらない
- ・ パサついてポワポワする

縮毛矯正を検討している人は、

- ・ ペタッとなりそう
- ・ コテで巻きたい
- ・ ダメージが気になる
- ・ 不自然な感じは嫌

このように悩みを書き出しておくと、訴求の仕方が明確になります。顧客とのカウンセリングで聞いた言葉や、Yahoo知恵袋で検索するのも有効です。

また、悩み以外にも、求められていることを考える必要があります。

例えば・・

インスタアカウントをフォローしてほしい場合、

- ・こちらが伝えたい内容は「どんなアカウントなのか？」
- ・求められることは「インスタを見ることで何が得られるのか？」

キャンペーンを知らせる場合

- ・こちらが伝えたい内容は「お得感、特別感」
- ・求められることは「お客様にとっての必要性」

このように、ステップ2で考えた「伝えたいこと」を、見込み客が「求めていること」と照らし合わせてみましょう。



ステップ4: 構成を決める

「目的」、「伝えたい内容」、「求められていること」が決まったら、それに基づいて広告の内容を考えます。

もし、内容を「どう構成したらいいかわからない」場合でも安心してください。

効果の出やすい構成パターンを3つ紹介しますので、それに当てはめて作成してみてください。

1. 悩み訴求型

悩み → 原因 → 解決方法 → 誘導

【具体例】

「白髪染めが面倒になっていませんか？」

↓

「染めてもすぐに出てくる白髪……
目立って恥ずかしいし、
毎月のカラーが欠かせない……」

↓

「白髪ぼかしなら、白髪が目立たず、
オシャレに染まります。」

↓

「次のカラーはどうしようかな？」
「髪が綺麗になってきたので伸ばそうかな」
という声も！

↓

詳しくはこちら
(WEBページなどに詳しく記載しているものに誘導)

このように、ターゲットの「悩み」を訴求し、その「原因」を伝えて、「解決方法」を掲示します。

そして最後に、「WEBサイト」や「インスタプロフィール」などに誘導する方法です。

このパターンは、

- ・ 冒頭で共感を得て興味を引く
- ・ ストーリー性があるので最後まで読まれやすい
- ・ さまざまなパターンに応用できる

という利点があります。

2. サービス紹介型

サービス紹介 → 良さの紹介 → オファー

【具体例】

「自由な時間に働けるヘアサロン」



「働く時間を自由に選べます。社会保険完備、独自の教育システムも整っています。」



「興味のある方は、お電話での説明をお待ちしています。」



詳しくはこちら

このように、「〇〇ができる〇〇」と簡潔にサービスの概要を伝えて、「特徴・こだわり・権威性」を示しそのサービスの良さを紹介します。

そして最後に「オファー」をする方法で、サービスの特徴や魅力を紹介していくものです。

このパターンは、伝えたい内容を明確に伝えることができるため、ヘアケア商品の紹介や求人広告におすすめです。

3. シンプルオファー型
セールス情報 → 具体的情報 → 誘導

【具体例】

「〇〇市〇〇町のヘアサロン、オープン感謝祭！」



「全ての施術が50%オフ！」



「〇〇にこだわった、〇〇な人のためのヘアサロン」



「2週間限定で、全ての施術が50%オフ！」

このように、「セールスの情報」をはじめに掲示して、具体的な内容を伝えて、最後に誘導していく方法です。

このパターンは、キャンペーンやお得情報をストレートに伝える際におすすめです。特に、インスタ広告の場合、【一般の目線で明らかにお得とわかること】が重要です。

例えば、「カット半額で3000円！」と言われても、他にも安いサロンが多いので興味を引きにくいです。なので、他では提供していないお得な情報を伝えることが集客に効果的になります。



ステップ5: 作成する

広告の内容が決まったら、実際に作成を始めましょう。

作成した広告の質が高いほど、見込み客からの反応を得やすくなります。

「ステップ1」から「ステップ4」を参考にして内容を決めれば、ある程度の成果が得られる広告になるはずです。

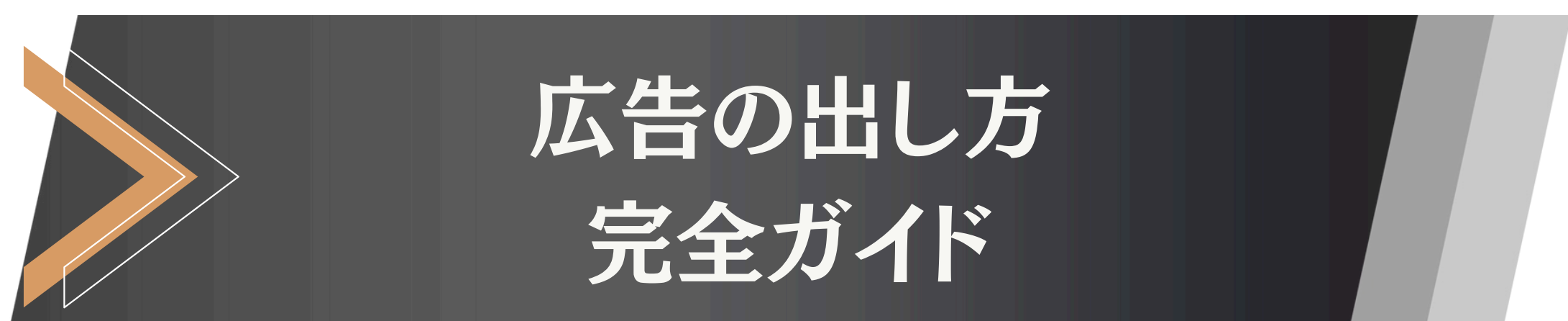
ただし、「画像のみのカルーセル投稿で作るべきか?」「リールが良いか?」といった悩みもあるかもしれません。この答えは、実際に広告を出してみるまで分かりません。

効果的な内容であれば、動画でも画像でも一定の効果は得られます。まずは、作りやすい方で作成し、テストしてみましょう。

迷った時の目安としては・・・

- ・伝えたい文章が多い場合 → カルーセル投稿の広告
- ・文章が少ない場合 → 動画の広告

このイメージで、まず作成することをおすすめです。



ここまで読んできた方は、いよいよ広告を出稿する準備が整いました。

しかし、具体的な操作方法に不安を感じる方もいるでしょう。そこで、広告の出稿手順について詳しく説明していきます。



2種類の 広告出稿方法

Instagramで広告を出す方法には、主に2つの方法があります。

Instagramの
スマホアプリから広告を出す

Facebookビジネスマネージャ
から広告を出す

どちらを選ぶべきか迷う方もいるかと思いますが、それぞれの特徴を理解して、自分に合った方法を選んでください。

インスタグラムのスマホアプリから
広告を出したほうが良い人

- 初めてインスタ広告を試してみたい
- 少額で気軽に広告を出したい
- インスタフォロワーを増やしたい
- DMでの問い合わせを増やしたい

Facebookビジネスマネージャから
広告を出したほうが良い人

- 本格的にインスタ広告を運用したい
- 高額な広告費（数十万円以上）を投入したい
- 広告をインスタグラムのアカウントに残したくない
- Facebookや他のアプリにも広告を出したい
- 細かい設定や詳細な分析を行いたい



まずはスマホから 広告を出してみよう

インスタグラム広告を出す最も簡単な方法は、スマホアプリから出す方法です。

スマホからでも十分な効果が期待できますので、初めて広告を出す場合は、まずスマホから始めることをお勧めします。

その後、もしも細かい設定や分析が必要になったら、Facebookビジネスマネージャを使ってみましょう。

※本書では、スマホで広告を出す方法を中心に説明します。



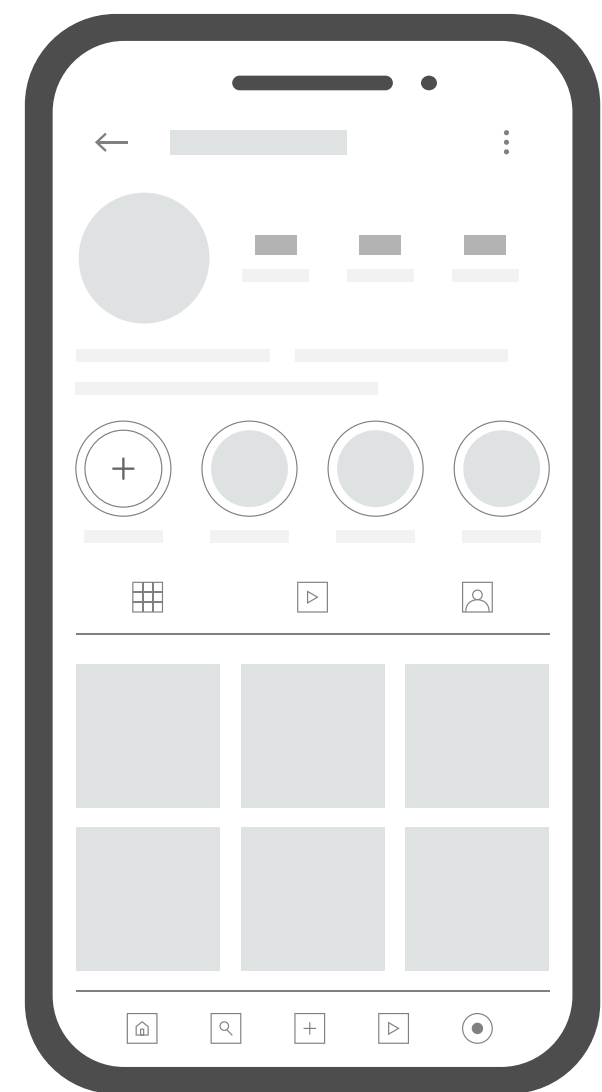
【手順①】 準備

まず、広告を設定する前に、Instagramアカウントをビジネスアカウントに変更する必要があります。

個人アカウントしか持っていない方は、ビジネスアカウントに切り替えましょう。また、広告を出す前にアカウントの準備が必要です。

広告で多くのユーザーにリーチできても、アカウントが魅力的でなければ、集客は難しいので、以下のポイントを整理しておきましょう。

- プロフィール写真
- プロフィール文章
- ハイライト
- 投稿のデザイン
- 発信内容



【手順②】 広告に出したい投稿を選ぶ

スマホアプリでインスタグラム広告を出す場合、過去にアカウントにアップした投稿の中から1つを選んで広告に利用します。



なので、

- パターン1 今まで反応が良かった投稿から選ぶ
- パターン2 広告用に新しく投稿して広告にする





このどちらかで、出稿する広告を決めていきます。

パターン1: 今まで反応が良かった投稿を選ぶ

最も簡単な方法は、過去の投稿の中から広告に適したものを選ぶことです。

見込み客のフォローを狙う場合、選ぶべき投稿は「反応が良い投稿」です。リーチ（投稿が表示された回数）に対して、以下の数が多い投稿を探してみてください。

3月13日 1:55 PM

- いいね数 ÷ リーチ  94
- 保存数 ÷ リーチ  0
- フォロー数 ÷ リーチ  --
- プロフィールアクセス数 ÷ リーチ  142

これらの割合が高い投稿は反応が良い投稿なので、今までの発信から選んでみてください。

ただし、古い投稿は下に埋もれてしまうことがあるため、できるだけ新しい投稿を選ぶか、固定ピンで上に固定するのがおすすめです。



パターン2: 広告用に新しく作成

→投稿してから広告にする

今までの投稿から広告を選ぶ方が簡単ではありますが、よりおすすめなのは「広告用に新しく作成してから投稿する」方法です。

スマホで広告を出す場合、既に発信された投稿の中から選ぶ必要があります。そのため、広告用に投稿を新たに作成し、それを選ぶことが効果的です。

この方法がおすすめな理由は、インスタグラムの通常の投稿と広告では、見ている人の心境が異なるからです。

たとえ過去に反応が良かった投稿であっても、広告として使うときには効果にズレが生じることがあります。

例えば、普段の投稿では「宣伝要素のある投稿」は反応が薄く、「お役立ち要素のある投稿」が好まれます。また、既にフォローしている人を意識した発信の方が、初めて見る人よりも反応が良い傾向にあります。

しかし、広告の場合は、初めて見る人を対象にするため、宣伝内容を強調した方が集客につながりやすいです。ですので、これまでに紹介した方法を参考にして「来店したくなる内容」の広告を作ってみてください。

【手順③】広告設定をする

広告に出す投稿が決まったら、次は広告の設定を行います。



Instagram投稿の「宣伝する」をクリック

投稿を選択したら、右下にある「宣伝する」をクリックしてください。

その後に広告の目標を設定します。

広告からの誘導先は、以下の3つから選ぶことができます。

- 自分のプロフィール
- ウェブサイト
- ダイレクトメッセージ



ここで選ぶのは「プロフィール」または「ウェブサイト」です。選んだものが実際の広告の下部に表示されるボタンになります。どちらが良いかは広告内容によりますが、一般的には「ウェブサイト」がおすすめです。

その理由は、インスタ広告を使って集客をしたい場合には、以下の流れが必要だからです。

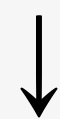
見込み客の興味をひく



期待してもらう



信頼してもらう



安心してもらう



行きたいと思ってもらう

これをすべて一つの広告で実現するのは難しく、インスタのアカウントだけでも難しいです。

そのため、情報を効果的な順番で並べたランディングページ（LP）に誘導する方が圧倒的に成果が出やすくなります。

ただし、そのようなWebページが用意できていない場合は、インスタのプロフィールに誘導してみてください。

次に、ターゲットオーディエンスを選択します。

オーディエンスとは「誰に広告を出すか」を設定するものです。

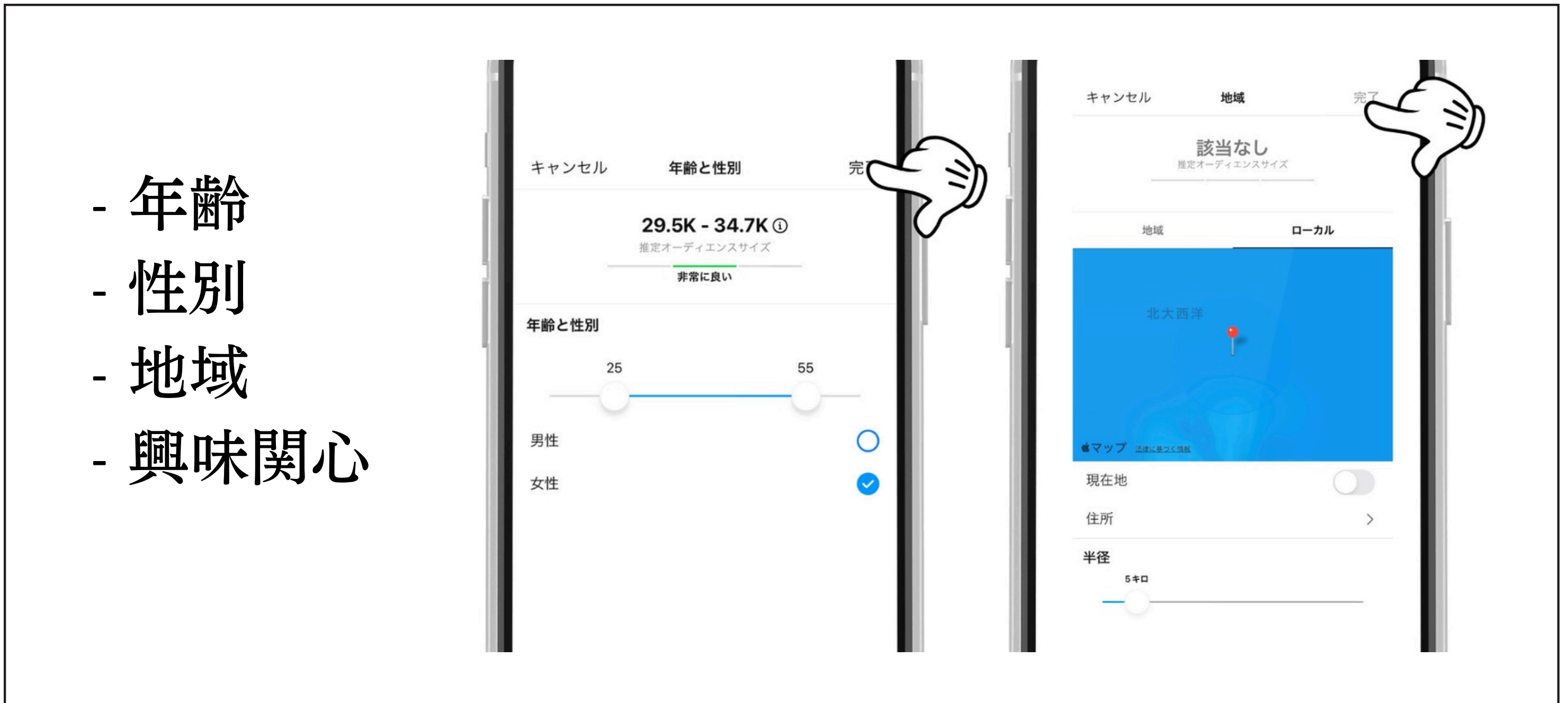
選べるオーディエンスは以下の2つです。

- 自動オーディエンス
- カスタムオーディエンス



「自動オーディエンス」は、インスタグラムがあなたのアカウントのフォロワーに似たような人を選んで広告配信してくれる機能です。「カスタムオーディエンス」は、あなたのアカウントの配信内容に興味がある人や、場所、年齢、性別を指定して広告を配信できます。

美容師の集客は、サロンに通える範囲の見込み客に届けば良いので、カスタムオーディエンスで広告の範囲を指定してください。



これらを設定しますが、あまり細かく設定しすぎると広告のリーチが狭くなりすぎるので、少し広めの「年齢」と「地域」で設定してください。

例えば：

- 30代から40代がターゲットなら→23歳～55歳
- 車が多い田舎地域なら→車で2時間圏内
- 都会で電車移動が多いなら→電車で1時間圏内

続いて、広告配信の期間と金額を決めていきます。

広告配信の費用は柔軟に決めることができ、少額から始めることが可能です。

- 一日あたりの配信金額
- 配信期間



この2点を決めます。ただし、初めての広告の場合、その反応が良いかどうかわからないので、少ない金額で短期間で試してみてください。

広告の効果は人それぞれ異なり、時期によっても変わるため、まずはテストして反応が良ければ金額を上げることをおすすめします。

おすすめは、1日500円で5日間などです。広告はいつでも停止できるので、無理のない範囲で広告を配信しましょう。

最後に「広告を作成」をクリックして配信開始します。

ここで設定した広告内容を確認できます。「支払い」はクレジットカードかPayPalを選択できるので、好きな方を選んでください。「広告を作成」をクリックすると、広告審査を経て配信が開始されます。



【手順④】インサイトで成果を確認

広告配信後は、こまめに広告のインサイトをチェックしてください。現在の広告費用に対して、クリック数がどれくらい伸びているかを確認しましょう。

広告インサイト	
投稿でのインタラクション ①	
保存数	142
最新の記事から	1
「いいね！」の数	94
最新の記事から	0
コメント数	0
最新の記事から	0
シェア数	--
プロフィールのアクティビティ ①	
プロフィールへのアクセス	292
最新の記事から	143
フォロー数	30
最新の記事から	22
外部リンクのタップ	5
最新の記事から	0

計算式としては以下でクリック単価を算出できます。

$$\text{広告費用} \div \text{インタラクション数 (クリック数)} = 1\text{クリックあたりの広告費用}$$

しばらく広告を配信してみて、「費用対効果が悪い」と感じたら、途中で配信を止めて大丈夫です。その上で、違う投稿やオーディエンスを選んで再度広告設定をして配信するなど、いろいろテストしてみることをおすすめします。

この方法で、まずは少額で広告を出してみてください。

広告を出すことで、インスタ特有の「結果まで時間と労力がかかる」という問題を一気に解決できます。

美容師特化のインスタ集客

終
わ
り
に

プレゼント案内

終わりに

最後までご覧いただき、ありがとうございます。

本書の内容を実践することで、インスタグラムを活用した集客が実現できることを願っています。この方法なら、時代やインスタグラムのアルゴリズムが変化しても、安定した集客を維持できるはずです。

具体的には、以下の3つのステップを実行します。

1. アカウントを整える
2. 来店したくなる発信をする
3. 見込み客に直接アプローチする運用

そして、直接のアクションが大変な時に広告を活用し見込み客に見つけてもらうことで集客が加速します。

美容師にとって集客とは、血液と同じだと僕は、思っています。とどこおっていけない、濁ってもいけない。常に潤滑に回っていなきゃいけないものです。

終わりに

そのためのインスタ集客は、美容師と相性が良いことはもちろん、美容師とお客様を繋いだり、お店と美容師をつなぐことができる最適な媒体です。

そして、インスタで集客できるようになることで、今の売り上げも上がりますし、この先に転勤も、働くサロンを変えても、独立や開業もすべてに対応できるようになります。

なので、本書をインスタ集客を叶えるためにご活用いただければ幸いです。



プレゼント案内

冒頭でお伝えさせていただいたプレゼントですが、本書を手にとっていただいた方には、インスタ集客をさらに加速させるための動画コンテンツもお渡しさせていただきます。

終わりに

加えて、LINEから『美容師のお役立ち情報』集客やリピート、インスタ運用、など様々な情報も定期配信を無料でお渡しいたします。



LINEからお受けとりできますので、QRコードからLINEを追加してお受け取りいただければ幸いです。



終わりに

【プレゼント受け取り方法】

QRコード読み取りで動画ページに飛びます。

※携帯で本書をお読みの方は、LINEアプリを使った読み取り方法を紹介しますので参考にしてみてください。

【携帯端末で本書をお読みの方は】

QRコードをスクリーンショットで保存してください



終わりに

※携帯端末で本書をお読みの方の
プレゼント受け取り方法

LINEアプリから友達追加をクリック



QRコードをクリック



終わりに

※携帯端末で本書をお読みの方の プレゼント受け取り方法

右下からカメラロールにある写真を選択できるので先ほどの「スクリーンショット」したQRコードを選択すると完了です。



終わりに



レビューのお願い

最後までお読みいただき、本当にありがとうございます。
重ねて感謝申し上げます。

恐縮ではございますが、本書が「参考になった」と
感じていただけましたら、一言でも、星のクリック
だけでも構いません。ぜひ、レビューをお願いいた
します。

具体的には、

- ・ 参考になった点、良かった点
- ・ もっと知りたい点

など、あなたの貴重なご意見をお聞かせいただければ幸いです。今後の活動の励みにさせていただきます。

川合 じん

2024年6月25日発行
vol.006

この電子書籍の著作権は
すべて著者「川合じん」に帰属します。

本書の全部または一部を無断で複製・転載・配信・
送信することを禁止します。
また、本書を第3者に譲渡することはできません。

【お問い合わせ】

メール：kawai146.20120222@gmail.com

電話：080-6673-0341

【著者プロフィール】

川合 じん

関東の大手企業に勤め、家庭事情で地方に移住、顧客「0」スタートで立て直した集客方法を発信し「美容師特化の集客教室」を運営

●集客教室実績

- ・開始半年で受講生400人突破
- ・アマゾンKindleベストセラー獲得

●生徒様実績

- 月間インスタ新規集客 0名→53名
- 集客を任せられ給料5万アップ
- 売り上げ100万、リピート90%達成など

●美容師実績

- ・現在マンツーマンサロン
- ・艶髪特化美容室勤務

【過去実績】

- ・年間指名1719名
- ・再来店90%