

情報通信部会長報告

第1回情報通信部会は、6月6日に秋田キャッスルホテルにおいて会員等105名が出席し、オープン部会として開催いたしました。

今回は、今年2月に開催し好評を得た「Instagram活用セミナー」を基礎編・応用編に分けて開催。イーンスパイア(株)代表取締役の横田秀珠(しゅうりん)氏を講師にお招きし、ビジネスで活用する際のポイントや販売促進策など事例を踏まえた内容でご講話いただきました。

Instagramの現状

- 2010年にサービスが開始し、日本では2,000万人、世界では8億人が利用している。
- 写真を掲載するだけなので、FacebookやTwitterのように「いいね」やコメントで交流する必要はない。
- 若い世代からは検索エンジンとして活用されており、GoogleやYahoo!には無い自分好みの情報(髪型・服・ネイル・食べ物)が検索されている。
- このInstagramの中で、より目立つためには「インスタ映え」が重要で、より良い撮影するために、食べに出かけたり、観光するなどの消費行動に繋がっている。

Instagramの活用法

- 複数のアカウントで最大5つまで切り替えが可能のため、個人とビジネスとの切り替え、慣れてきたら、顧客との交流用と同業他社を閲覧する勉強用もお薦めする。
- アカウント名は、地域名と業種名を入れるなど、検索でヒットされやすいようにし、プロフィールは150字以内でわかりやすく、ホームページやFacebookへの誘導があると来店や購入されやすい。
- 検索された時は「近くのお店」が優位になるため、Facebookでの位置情報登録が重要。
- 写真にはハッシュタグ#を付け、#秋田らーめんなど、より検索してもらえ状況にしておくこと。

Instagram応用法

- ストーリーズ(動画)機能を活用し、今パンが焼けました!新商品が入荷しました!などタイムリーなPRが可能。
- 写真の加工により、明るさ、傾きなどひと手間をかけることでインスタ映えし、チェックインさせる、したくなる仕組みに繋がる、色々な加工を試し慣れておくと良い。
- 何人に届き、何に興味をもったのか、プロフィールビューで確認し、クリック数の数値を分析することも大事。
- お店だけの写真でなく、お客様から投稿してもらった写真もよりPRになるため、投稿を促すPOPや声掛けも効果的である。

Instagramに載せたから、すぐに購買に繋がるということではなく、いかにアピールができるか、興味をもってもらう写真を掲載するか、自分のお客様は何に興味をもっているかを考えること。

サービスが始まってまだ短いので、写真が少ないワードもまだある、そこに写真を載せるなど、工夫次第で検索上位にすることも可能、積極的に取り入れ、ビジネスチャンスに繋げてほしい。

