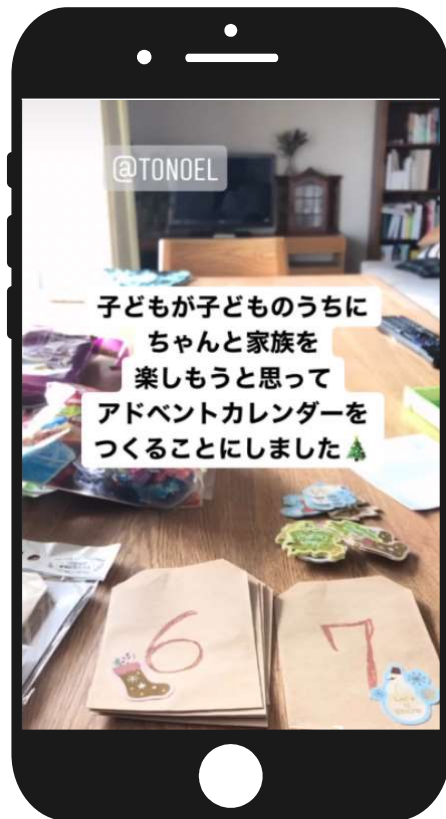
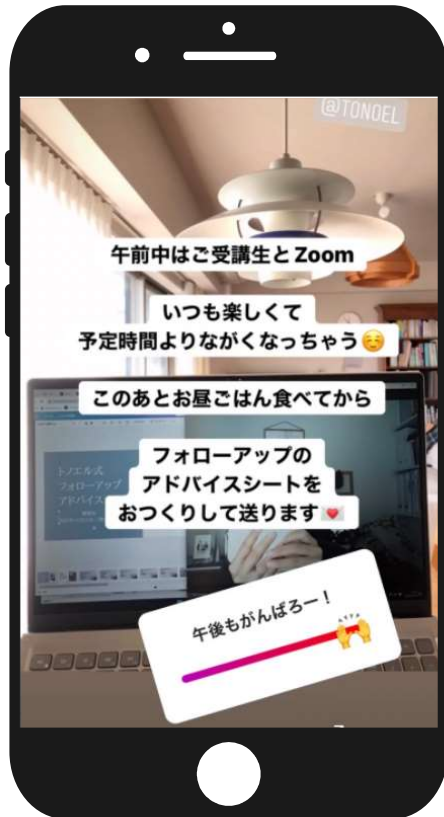


5. 日常のひとこま



- 日常のひとこまを投稿することによって、あなたの素を垣間見せられる、人柄を表現できるというのがポイントです
- 「今こんなことしています」「今日はこんな場所に行きました」などの投稿もストーリーズならどんどん出して行ってOK
- ストーリーズは関係値の高い人の投稿しか目に触れないので、単純接触効果によってあなたに好意を持っている人の目に触れることになると仮定できます
- つまり、なんてことのない主婦の日常であったとしても、ストーリーズを見てくれる人にとっては親しい友人のように感じてもらうことができるということです
- なお、ストーリーズでは顔を出している動画のほうが見られやすいという傾向があるようです

6. 仕事風景



- 仕事をしている場所や、顔出しOKの場合は仕事をしているようすを投稿するのも◎です
- 未来のお客様は、契約した場合どんな感じで対応してもらえるのか不安なはずです
- その様子を見せてあげるのは、信頼感の醸成になると考えます

7. 自分の思い・価値観



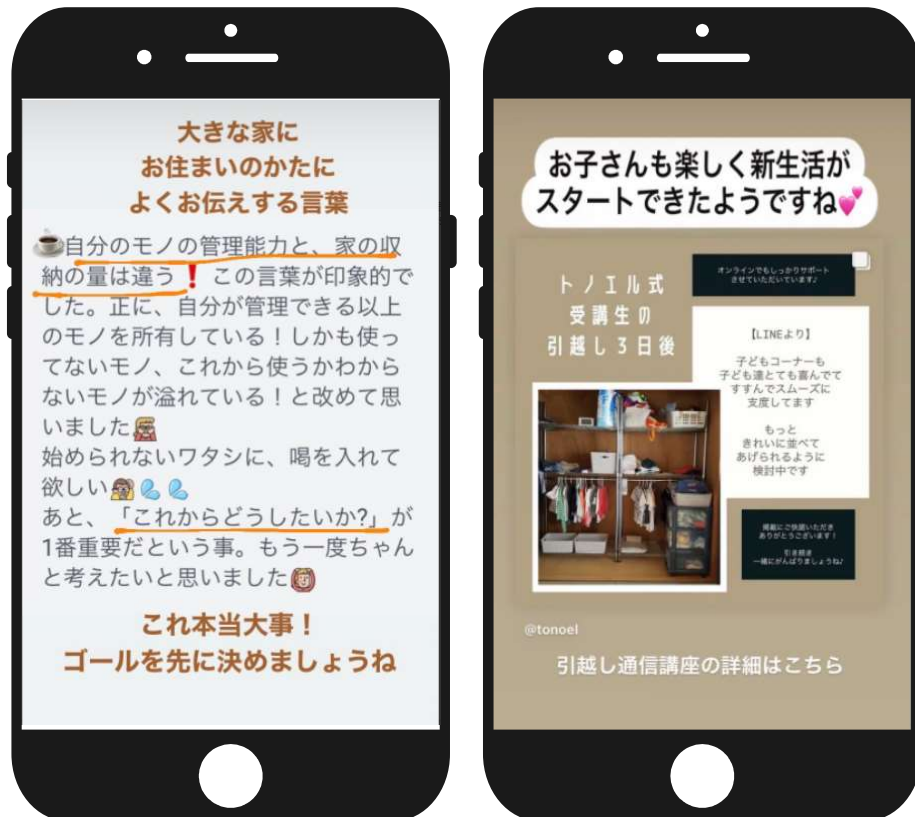
- 「自分がどんな思いでこの仕事をしているのか」「行動することの大切さ」「学ぶことの重要性」など、見る人のモチベーションアップにつながる投稿もいいですね
- 未来のお客様の行動を促すことにつながるかもしれません
- ストーリーズの文字は小さくて読みにくくても大丈夫です
- あなたとの関係値の高い人しか表示されませんので、興味を持ってくれていれば画面を押さえて動画を止めてじっくり読んでもらえます
- 滞在時間も長くなり、より一層関係値が上がるかもしれません

8. ストーリーテリング



- ストーリーテリングとは自分のこれまでの経歴を語ることをいいます
- あなたの生き立ちや、人生で経験したつらかったこと、失敗談、うれしかったことなど、人生におけるさまざまなストーリー（物語）はインスタグラムではコンテンツになります
- 特に感情が揺さぶられるようなエピソードが効果的です
- こうした印象的なストーリーを語ることによって、フォロワーがあなたのことを理解し、ファンになってもらうきっかけになります
- 嘘をつく必要はないですが、実話をもとにしたエピソードをあなたの想いと一緒に紹介してみてください

9. お客様の声・ビフォーアフター



- お客様から寄せられた感想やビフォーアフターの写真なども投稿していきましょう
- 未来のお客様にとっては、第三者の実績は、あなたを信用するための強力なツールになります
- 掲載前にはお客様の同意は必ず取りましょう
- アンケートを取得する際は、合わせてお客様に掲載の可否を聞いておくともスムーズです

10. フィード投稿のお知らせ

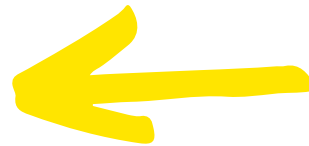


- フィード投稿をしたら、ストーリーズでもお知らせしましょう
- ストーリーズをフィードよりも「よく見る」と答えた人が多いというデータもあります（サムライト株式会社が2020年に20～30代女性を対象に行った調査より）
- またフィード投稿でLINEへの登録を促す投稿ページや、ブログの閲覧を促す投稿ページなどを載せている場合は、合わせてストーリーズでも宣伝しましょう
- 自分のフィード投稿を表示してシェアボタン（紙飛行機）をタップし、「ストーリーズに投稿を追加」をタップすればストーリーズの投稿画面が開きます

ストーリーズはハイライトに残そう



- ストーリーズは24時間で消えますが、ハイライトに残すことができます
- ストーリーズの投稿をジャンル分けして、ハイライトに残しましょう
- コンテンツをストックしておく意味でも、はじめてあなたのプロフィール欄にたどり着いた方にあなたを知ってもらおう意味でも、有効な手段です
- ハイライトに残すことを前提に、どんなストーリーズ投稿をするのか、最初にジャンルを考えておくのも得策です



コミュニケーション
ツールであることを
常に考えよう

インスタの
ストーリーズは
気負わず気軽に
活用しよう

フィード投稿が少なくても
ストーリーズだけで
フォロワーを
集めている人もいますよ