

講義「インスタ集客の実践例」から

1. 山元順子さんの経歴

山元順子さんは、宮崎県延岡市出身で、奈良教育大学を卒業後、株式会社 FDC プロダクツに入社しました。大阪高島屋の 4°Cジュエリーで勤務した後、延岡に戻り小学校で教職に就きました。結婚を機に教職を退職し、3 人の子育てをしながら、DIY を独学で始めました。その間、木工作家やアクセサリー作家として活動し、生花店でも勤務していました。約 12 年前から一眼レフカメラの勉強を始め、子どもたちを被写体とした作品撮りを行ってきました。2014 年にインスタグラムを開始し、自身の木工作品やアクセサリー、撮影した写真を掲載しています。2021 年 12 月、日の出町に「jun.3 アトリエ&スタジオ」をオープンし、アクセサリーやリネン服、ヴィンテージクロスを販売するアトリエと、日常写真やブライダル、プロフィール撮影を行うスタジオを運営しています。

2. 山元さん本人のインスタ実践内容

メインアカウント

- **内容:** アトリエのオープン日、イベント告知、商品の写真、着用画像などを掲載。
- **ストーリーズ:** 投稿の告知、役立つ豆知識、子育てや日常生活の一部をシェア。
- **気をつけていること:**
 - ブランドイメージの丁寧な構築。
 - 来店促進やオンラインショップへの誘導を目的とする。
 - ポジティブな内容を心掛け、無駄やマイナスな情報は載せない。

サブアカウント（スタジオ用）

- **内容:** 自身が撮影したお客様の写真、イベント告知、撮影会の情報などを掲載。
- **ストーリーズ:** 投稿の告知、撮影に関する情報やアドバイス、その日の撮影風景やお客様の許可を得た写真をシェア。
- **ハイライト:** 料金プラン、お客様の声、スタジオセット、撮影風景など。
- **気をつけていること:**
 - ブランドイメージの統一と丁寧な構築。
 - 無駄な情報やネガティブな内容は載せない。
 - 統一感のある写真を投稿し、色味や余白にこだわる。
 - 投稿する写真一枚一枚に目的と意味を持たせる。

3. 受講者に実践してもらいたいこと

- **ターゲットと目的の明確化:** インスタグラムを何のために、誰に向けて発信するのかを明確にする。
- **商品価値の伝達:** 自分が何をメインに売り出したいのか、商品の魅力をしっかりと伝える。
- **統一感のある投稿:** 写真の色味や構図、内容に統一感を持たせ、背景など細部にま

でこだわる。

- **簡潔で分かりやすい文章:** 長文を避け、短く要点を押さえた文章で伝える。
- **ポジティブな情報発信:** 愚痴やネガティブな内容は避け、常に前向きな情報を提供する。
- **ブランドイメージと実像の一致:** インスタでの自己表現と実際の自分に大きな差がないように心掛ける。
- **人とのつながりを大切に:** 最終的には人と人の関係が重要であるため、お客様との関係構築を重視する。
- **商品力・企画力・継続力の重要性:**
 - **商品力:** 良い商品を提供すること。
 - **企画力:** その商品をお客様に魅力的に伝える方法を考える。
 - **継続力:** 情報発信を続けていくこと。

山元さんは、日常生活の中でお客様の役に立つ情報を見つけ、それを自然に発信しています。受講者の皆さんも、自分の強みを活かしながら、継続的に情報発信を行うことの大切さを実践してみてください。