

【サンプル】Instagram解析レポート

担当:

Instagramアカウント

<https://www.instagram.com/〇〇〇/>

現状分析・課題

アカウントコンセプトやターゲットがプロフィールから得られるか

ユーザー目線でアカウント全体・プロフィールを見たときに『誰に対して』『どういう価値』を提供しているのか不明瞭でした。

《プロフィール名》

ブランド名と合わせてユーザーにとって何を叶えてくれるアカウントなのか端的に表現したいです。

《プロフィール文》

- ・誰に対して
- ・どういう価値を提供し
- ・どうなっただけがゴールなのか

を羅列、体言止めでリズムよく見させる表現にしたいです。

《リンク》

誘導先の目的としては1つの方が好ましいです。

- ・選択肢を与えられることで面倒だと思われる
- ・ユーザーはリンクをクリックして再度インスタに戻るといった行動はしない
- ・何に対して「詳しくはこちら」を示しているかわかりづらい

以上から魅力ある誘導文に対して1つの行動パターンとしてリンクを設置しましょう。

《ハイライト》

常設的にコンテンツを設置できる場所のためターゲットに対してアカウントの看板としてのコンテンツやPRしたい商品などを設置しましょう。

現状大きな問題はないと言えますが、
予約のシステムやLINEの登録など特典と合わせて掲載するのも良いです。

投稿面

▼フィード投稿

投稿URL					
リーチ数					
エンゲージメント率					
フォロワーからのリーチ数					
保存数					
ホーム率					
保存率					
プロフアクセス数					
リンククリック(遷移数)					
フォロワー増加数					

目標指標数値

- エンゲージメント率:3%~
- ホーム率(フォロワーからのリーチ÷フォロワー数):40%~
- 保存率:1.5%~

データから見る分析としては、
エンゲージメント率(保存、いいね、コメント)、ホーム率、保存率がいずれも低く、
投稿に対しての興味関心度は低いようにお見受けします。

投稿自体、イベント情報のみの広告感があるのと
誰に対して何を見せたいのか分かりづらいため
全体指標の減少にも繋がっている可能性があります。

ビッグデータから業界のエンゲージメント率を測ると**7%~8%**は目指せるポテンシャルがあります。

ユーザーからの興味関心度の低いアカウントだとInstagram側から認識されると
フィード投稿でのフォロワー外への露出頻度(発見欄からの流入)が下がっていくため

- 誰に対して

- 何を見せて
 - プロフィールに足を運んでもらうのか
- を投稿で表現して、プロフィールのリンクをタップしてもらいましょう。

▼リール動画

投稿URL	
リーチ数	
平均視聴時間	
動画の時間	
視聴維持率	

目標指標数値

- 視聴維持率: 50%~

視聴維持率が18%と低く
再生回数も伸びにくい状況となっています。

誰に対して何を見せたいのかわかりづらいため
ショート動画ならではの引きの強さや構成で視聴維持率に寄与させたいです。

<ボトルネック>

ベースの考えるInstagram運用フロー

===

1. Instagram運用目的の設定(何のためにインスタをやるのか)
2. Instagram運用目標数値の設定(KPI設定)
3. Instagramで狙うターゲットの設定
4. そのターゲットのニーズ調査(何に困っていて、どんな体験を欲しているのか)
5. ニーズに合わせた投稿の企画
6. 投稿素材撮影、編集/デザイン、投稿
7. ユーザーとのコミュニケーション
8. インサイト解析
9. 5. に戻りPDCAを回す

===

⇒ 特に3~5の企画の部分を強化すべきな印象を受けました。

ベースの運用サポートでできること

＜ご提案の骨子＞

目的:

KPI:

ターゲット像(暫定):

- 性別:
- 年代:
- 興味関心:

投稿案:

ベースの実績および運用プランについては下記ご参照ください▼

<https://www.base-net.co.jp/document/instagram/>