

インスタストーリー 作成講座

 Avance



目次

Contents

- 1 アルゴリズム理解
- 2 投稿すべき4つの内容
- 3 ストーリーズのNG行動
- 4 閲覧率を最大化する秘訣

- 第1章 -

アルゴリズム理解



大前提

プレゼント企画を
行う際も・・・



投稿やリールに
誘導する際も・・・



ストーリーズ閲覧率が低いと
最大値を出せない



だからストーリーズアルゴリズムと
閲覧数を最大化する方法を理解し、実践する必要がある！！

ストーリーズが攻略できないと・・・



既存フォロワーとの
親密度が高まらない



既存フォロワーからの評価が
低いので外部に出ない



フォロワーが増えないので
収益も上がらない

ストーリーはインスタ運用において
もっとも重要な部分です！



ストーリーズの表示順は2つ

この2つ目こそが、ストーリーズの閲覧数を爆発的に伸ばす為の方法そのものじゃ！！！！

1



自分と親密度の高い人が左から順番に表示される

2



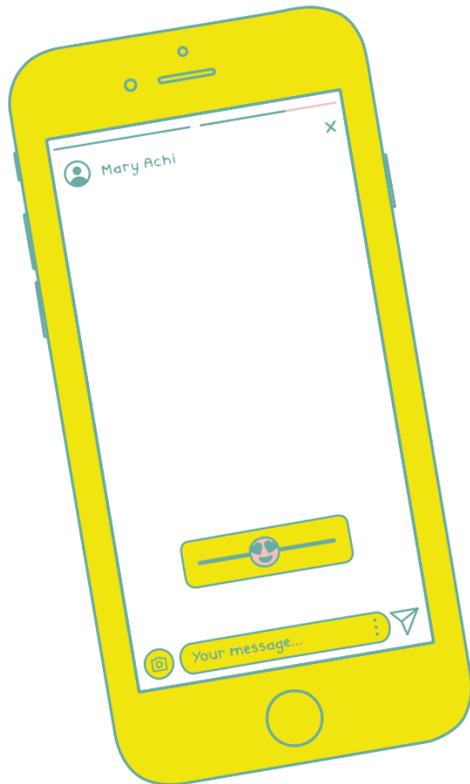
親密度は一切関係なく、評価・質の高いストーリーズが左側に表示される

この2つ目こそが、ストーリーズの閲覧数を爆発的に伸ばすための方法そのものになる！



ストーリー閲覧率の基準値

計算方法は「 $\text{閲覧数} \div \text{フォロワー数} \times 100$ 」



5%以下 低すぎる

5%~10% 低い

10%~15% 普通

15%~20% ちょっと高い

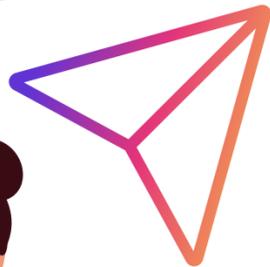
20%~30% 高い

30%以上 かなり高い

自分のストーリー閲覧数が
「高いのか・低いのか」は下記の数字を
基準に考えよう！



アルゴリズムの重要指標



- ✔ 視聴完了率
- ✔ 滞在時間
- ✔ DMスタンプ
- ✔ アクションスタンプ

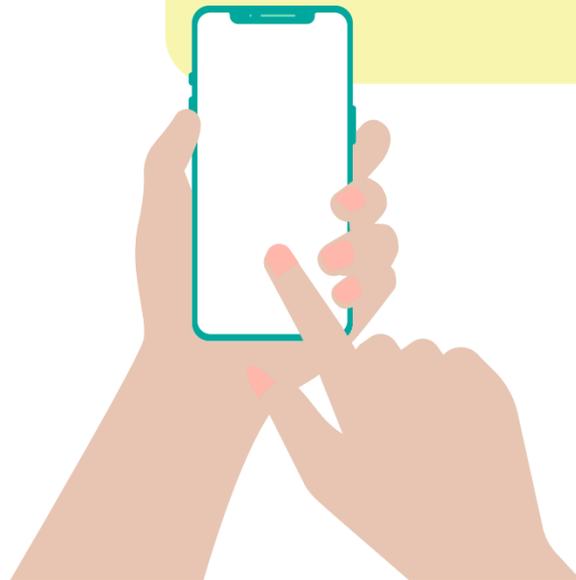
この4つだけ押さえしておきましょう！



視聴完了率

視聴完了率とは

「ストーリーを最後まで視聴完了したかどうか」
ということ



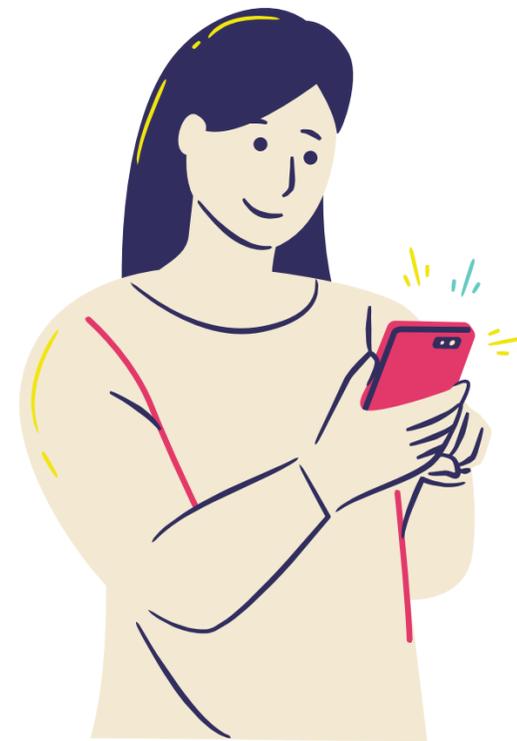
途中でスキップ・離脱すると
「視聴完了」とならない。

だからといって1秒とかのストーリーで
視聴完了をさせてしまうと感覚的には
伸びません…



滞在時間

視聴完了率よりも
「滞在時間」の方が評価が高い



「思わず止めて読んでしまおうストーリー」
をあげることで滞在時間を確保することができる！



DMスタンプ

ストーリーズの閲覧数を伸ばす為には
「DMスタンプをいかに多く集めるか」が鍵となる



DMスタンプとはこのこと。
ストーリーズにスタンプを押されると
「IDMした」と同じ扱いになる。

これらを集めることが重要なんです！



アクションスタンプ

アクションスタンプの種類

- ✓ アンケート機能
- ✓ 質問ボックス
- ✓ クイズ機能
- ✓ クイックスタンプ
- ✓ エンゲージバー

これもエンゲージ向上には役に立つ！



4つの関係性をまとめると、
視聴完了率 < アクションスタンプ < 滞在時間 < DMスタンプ
の順番でアルゴリズムの評価が上がっていく！

これらをうまく活用し、
アルゴリズムを攻略しよう！



アルゴ攻略において目指すべき指標

1. フォロワーとの親密度を深める
2. フォロワーにとっての有益な内容の発信
3. アクションをもらえる仕組みづくり

このためにやることは・・・

- ① 割合の理解
- ② 時間帯の配慮



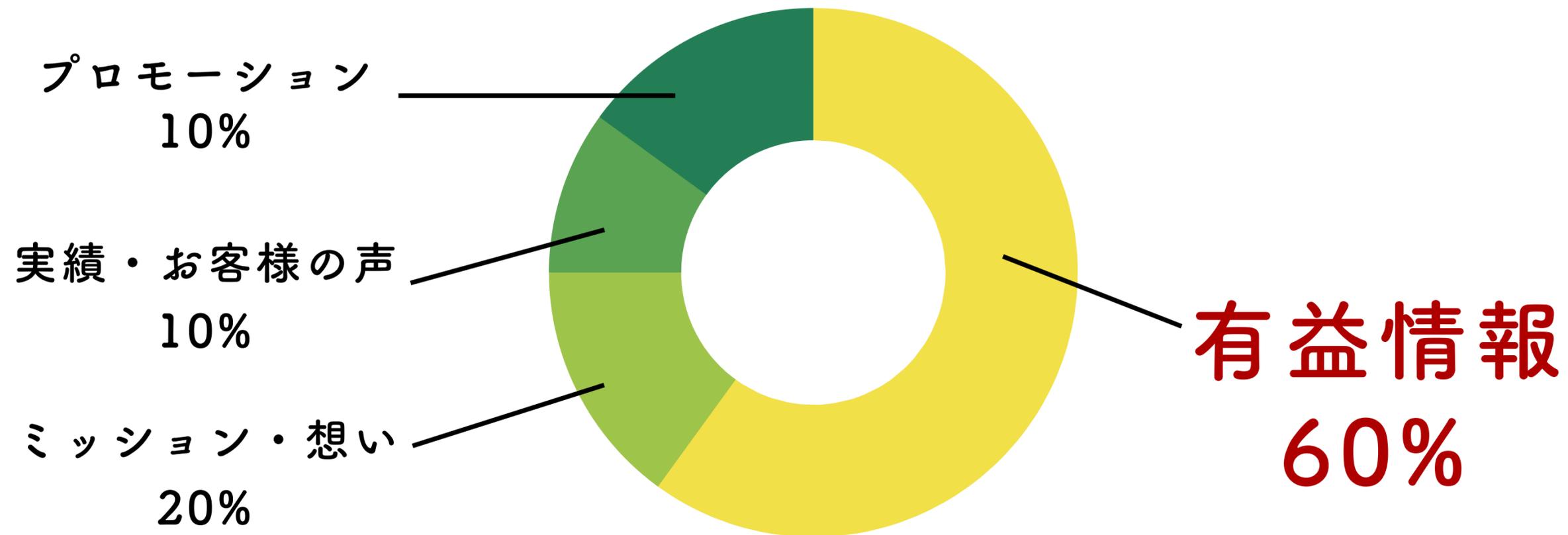
- 第2章 -

投稿すべき4つの内容



1.ストーリーズの内容割合

ストーリーズの内容割合



有益情報のテンプレート

有益情報（60%）

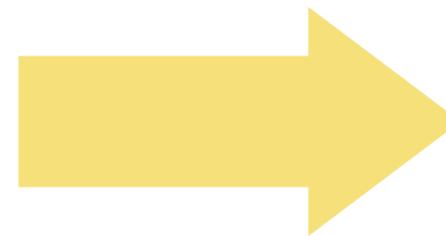
有益情報（60%）

大前提

ストーリーではあなたの発信したい内容はどうでも良い。
必要なのはフォロワーさんにとっての有益情報

人間の欲求はこの2つ

- ✓ 快樂を得たい
- ✓ 苦痛を避けたい



より反応しやすい
要素は・・・

- ✓ 短絡的な快樂
- ✓ 緊急性
- ✓ 新規性
- ✓ 簡易性
- ✓ 即効性

つまり、「フォロワーのニーズ」を起点に
「5つの要素の何かしらを入れる」ということを
意識すればOKです！



有益情報のテンプレ

実績・お客様の声（10%）

実績・お客様の声（10%）

結論

ストーリー性を出した文章を書く

ストーリー（物語）は、事実を述べただけの文章よりも
20倍ほど人を信じさせる効果がある

ストーリーのポイント

- ① どのような状態・状況のお客様だったのか
- ② 何をしたらその成果が出たのか（具体的に）
- ③ エビデンスの画像（スクショなど）
- ④ 自分のサービスの必要性をアピールするひとつこと
- ⑤ お客様への好意

この5つのポイントを押さえた構成で
ストーリーを作りましょう！



有益情報のテンプレート

ミッション・想い（20%）

ミッション・想いの共有の目的

目的=ファン化のため

- ① 信頼や安心感
- ② 共感や応援
- ③ 憧れ
- ④ 帰属意識

発信することでこれらの感情に訴えかけることができる

「誰から買うか」の時代においてはこれらの存在がもはや**必要不可欠**

そのためにもまずは自分が情報発信・商品を販売している大義名分となる「理念・信念」の部分をバチッと明確に決めましょう！

ストーリーの例 1

僕が本当の意味で
届けたいもの!

SNSマーケティング
ではなく!?

「やり甲斐」
を見つけること!

これからの日本と言う国で
稼ぐ力を身につけるやり甲斐を

これを実現するには
たった1つの勇気とやる気だけ

← 確かに!
って思ったら

メッセージ欄をタップ!

僕にはあと何年!?
生きられるかわからない

やりたくない仕事をして
後悔するより

やりたいことに挑戦!

自分のやりたいことは
家族を含め周りの仲間と
一緒に幸せになること

自分の考えが人と違ってても
自分の心に従いたい

← 確かに!
って思ったら

メッセージ欄をタップ!

30年たって今さら
やっと気づいたこと

僕は、
誰と一緒に仕事をするのかを
重要視している

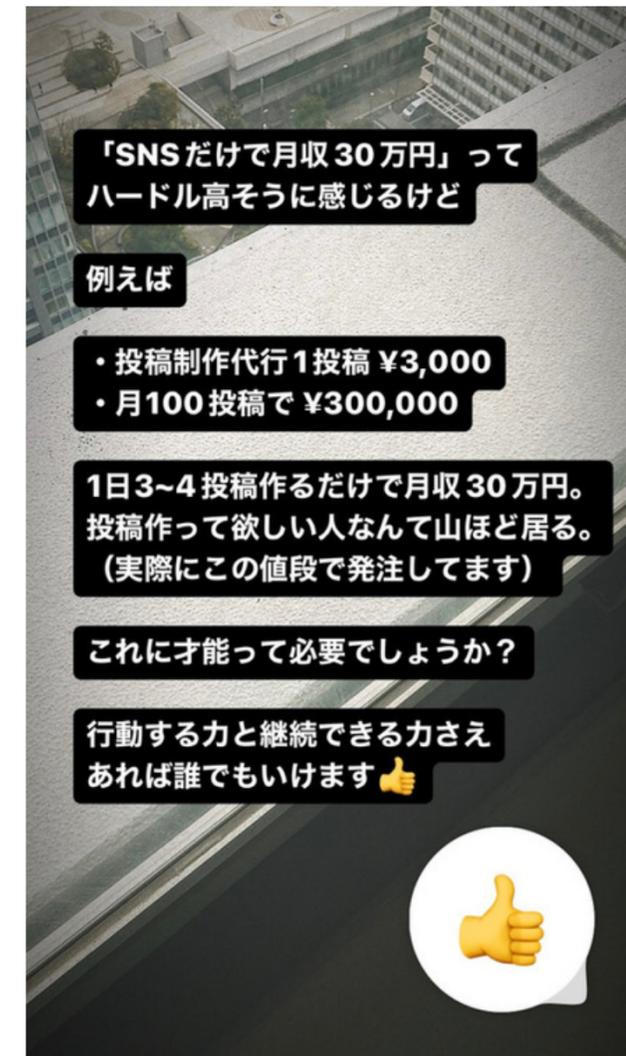
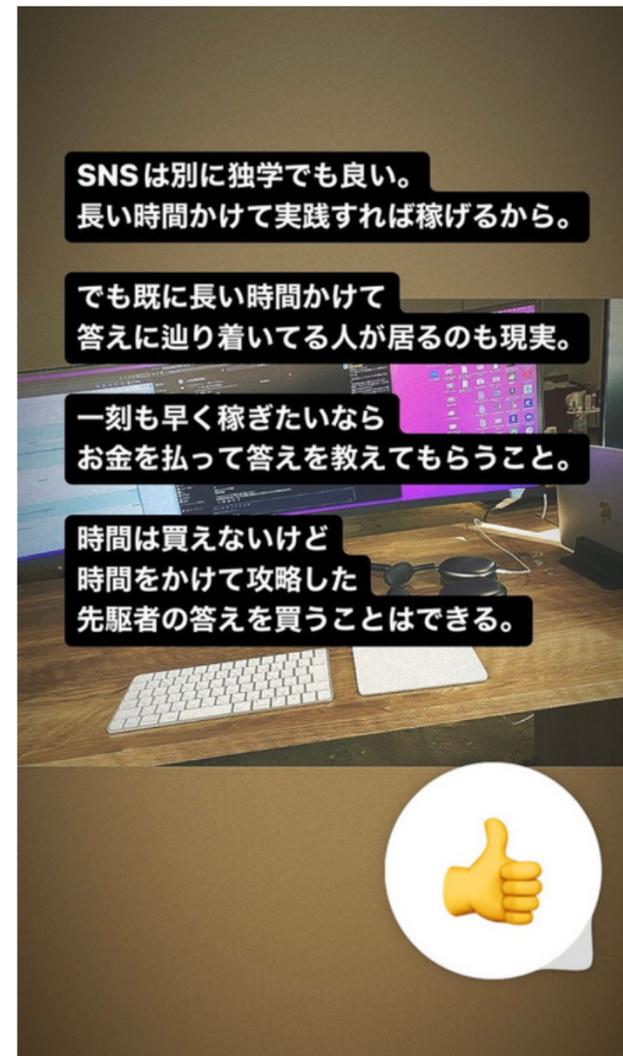
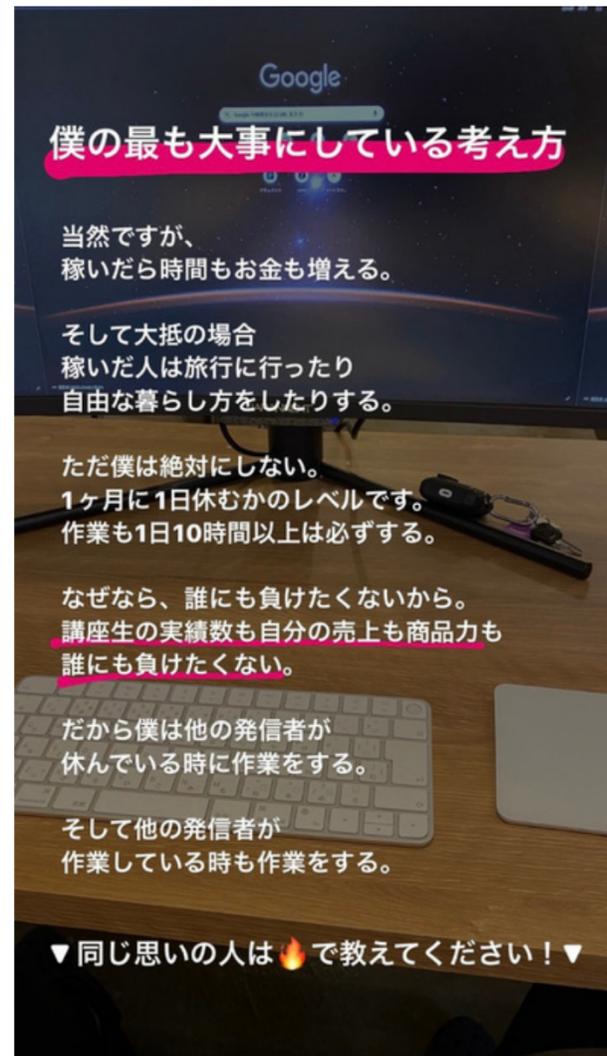
同じ価値観の人
一緒にいて気分のいい人
互いに高めあえる人

表面的なモノにとらわれず
人で選ぶ人であり続けたい

← 確かに!
って思ったら

メッセージ欄をタップ!

ストーリーの例 2



ちなみに、まこ社長が理念として掲げているのは
「SNSの情報発信で価値提供し、
苦しむ人達を一人でも多く救う」です。

SNSで正しく価値提供できる情報発信者が増えれば
その連鎖で「各市場の苦しむ人達」を救える。

さらにその連鎖によって

「日本から一人でも多くの苦しむ人達を救える」
と本気で考えております。



有益情報のテンプレート

プロモーション (10%)

プロモーションでやること

- ✔️ プレゼント企画
- ✔️ 無料相談・セミナーの告知
- ✔️ リスト取りローンチ
- ✔️ ストーリーローンチ



これらの告知をストーリーを使って発信しよう！

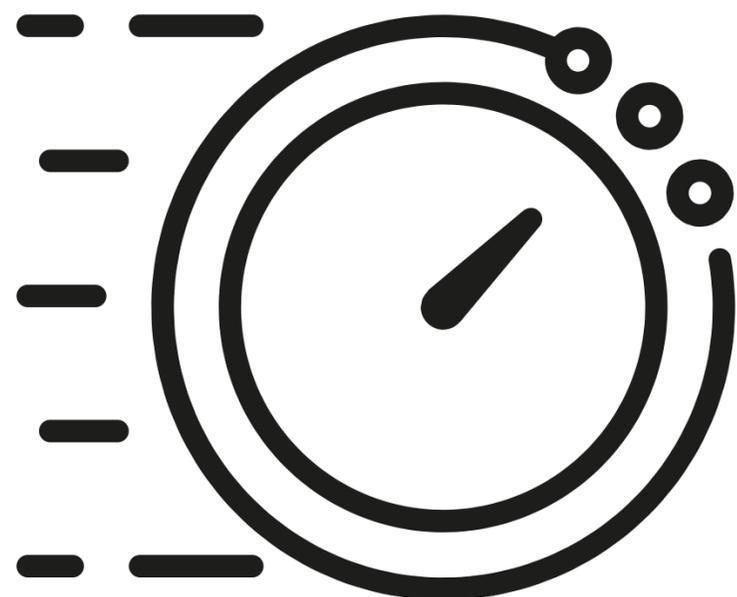


ちなみに、「プライベート」に関しても、
10%ほどであれば発信してもOKです。

プライベートの発信によって
「ギャップ」「親近感」が湧き、
ファン化に繋がりがやすくなる！



時間帯の配慮



ストーリーの
アルゴリズムも
「初速」が大事に
なってくる

初速を獲得できる時間に上げるのが効果的

- 第3章 -

ストーリーーズのNG行動



ストーリーズでやらない方がいいこと

- × 音楽を使ったストーリーズ
- × どうでも良いコト
- × メンション返し
- × プライベートストーリーの多用
- × 意味のない連投
- × 無駄に外部リンクを貼る

1つずつ解説していきます。

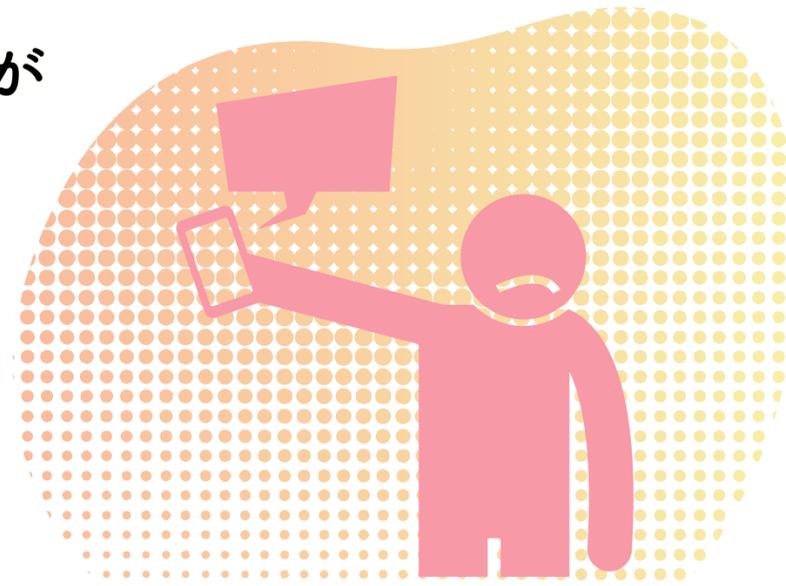




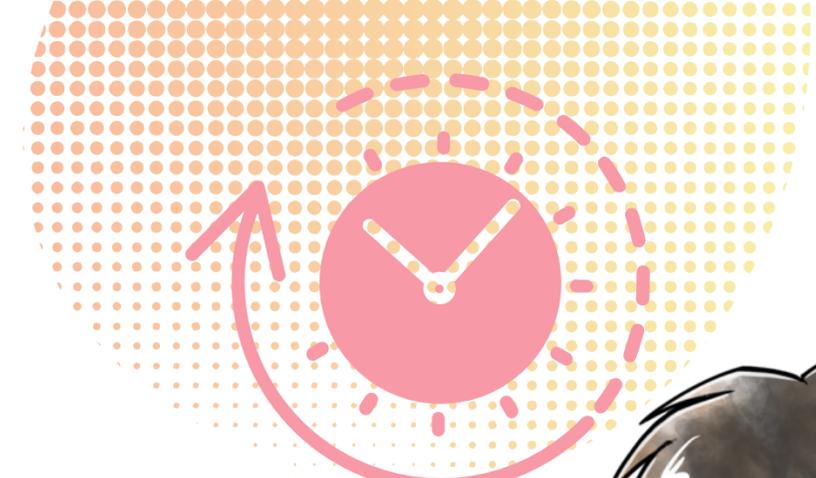
音楽を使ったストーリーズ

だめな理由は・・・

爆音で流れてしまう
可能性があり、フォロワーさんが
嫌な思いをする



音楽をつけると
15秒になってしまう
(短縮も可能だが)



そもそもストーリーズを見る人は
音楽に興味がない

音楽をつけるメリットは無いのじゃ！

音楽をつけるメリットは無いです。





どうしても良いコト

だめな理由は・・・

- × 閲覧数が下がる
- × 投稿が伸びない
- × フォロワーが増えない
- × 集客ができない
- × 収益が上がらない

どうしてもいいことをひたすら発信してると
いつまでたっても閲覧数は伸びません。





メンション返し

だめな理由は・・・

「お客様が求めていないコトだから」

人のメンション返しストーリーは
99%がスキップする



メンション返しではなく
直接DMでお礼する等で対策を！

ただし、

フォロワーの為になる
メンションはOK

他の有益な発信者をメンションで紹介する以外は
原則としてあげない方がいいです！





プライベートストーリーの多用

だめな理由は・・・

よほどあなたのファンでない限り、
フォロワーはあなたのプライベートには興味がないから

もしプライベートを
上げるのであれば、
このようなイメージで。



- ☑ 理念×プライベート
- ☑ 有益×プライベート





意味のない連投

3枚・4枚と一気に無意味な連投をすると
内部エンゲージが下がる

ただし、**目的のある
連投ストーリーは例外**

- ✔ プロモーション
- ✔ 教育 など



プロモーションはどうしても複数になるし、
教育に関しては「濃い見込み客の獲得」をする為に必須なのでOK



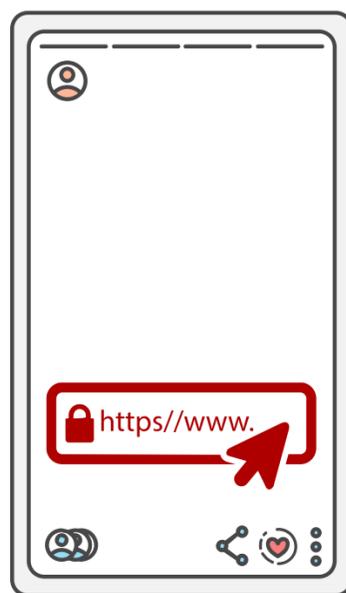
無駄に外部リンクを貼る

インスタ外に誘導する行為をインスタは嫌う

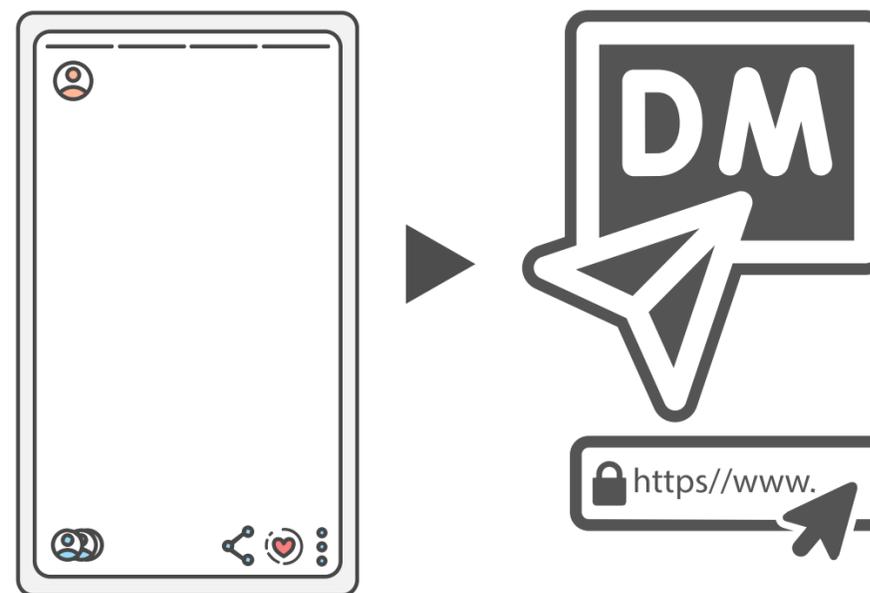
基本的にはリンクを貼らないのが無難。

何かに誘導したい時は一度「DM」を挟んでから外部に誘導すること

＼NG／



＼OK／



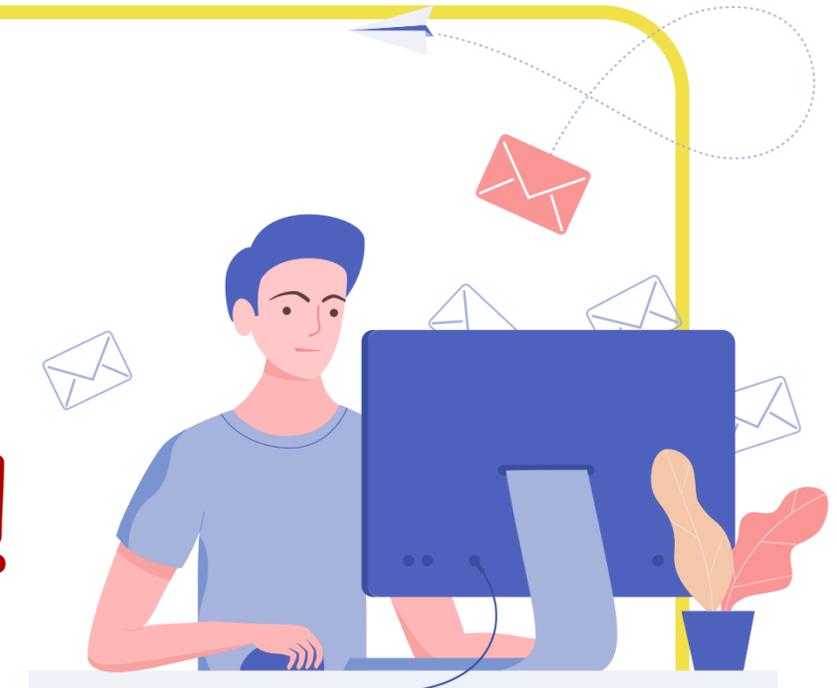
- 第4章 -

閲覧率を最大化する方法



結論

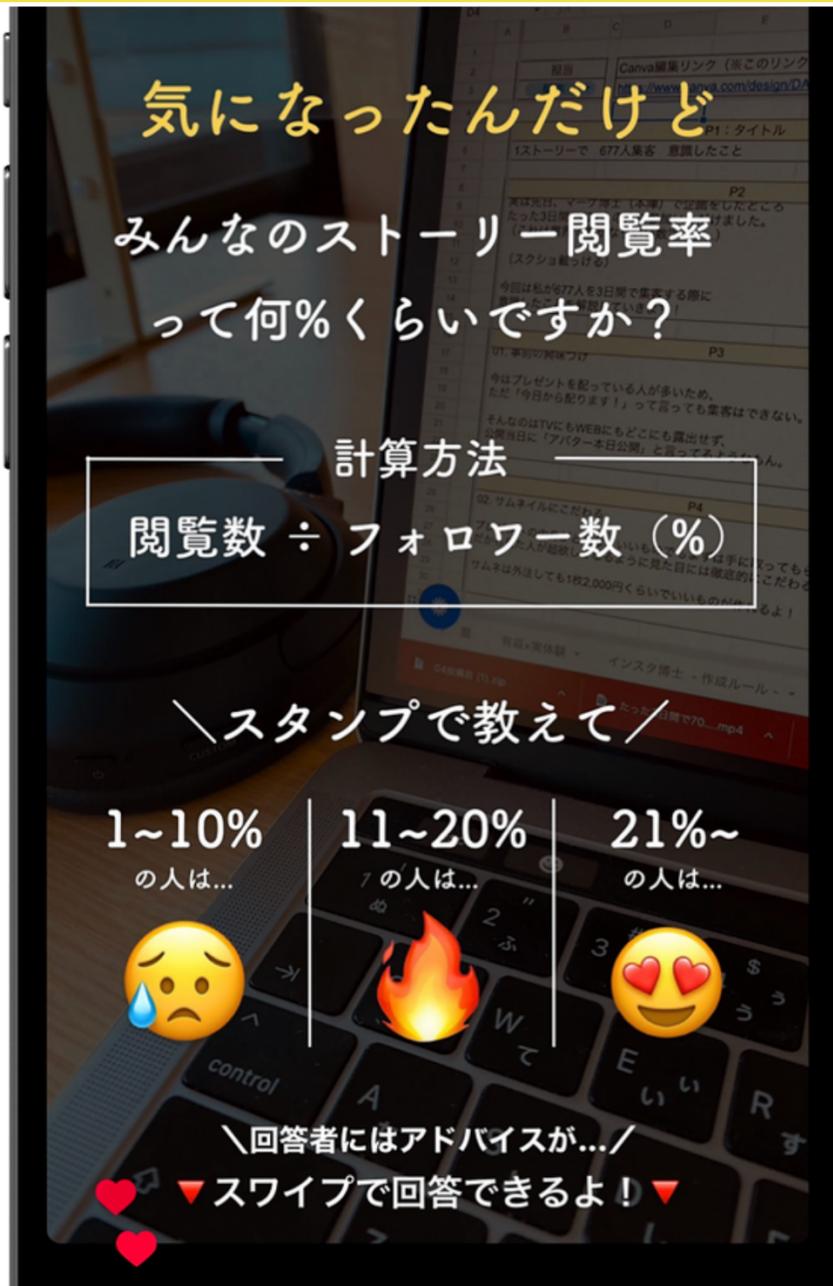
反応してくれた人に
DMをこちらから送る！



DMは親密度を高める最大の施策

DMしてる人=関連性・親密度が高いとAIに判断される

事例



クイズ/ アンケートをとりその回答を
DMスタンプで送ってもらう

DMに通知が来たら個別に返信を送る

(フォロワー数10,000人以上の方はiステップを
使用するのがオススメ。)

ユーザーのアクションに対する負担

DMスタンプは
2タップ



アンケートは
1タップ



初期はアンケートがオススメ！

手順順スタンプは

① アンケートを回答させる

② 回答欄を確認する

③ DMにテンプレを送る

DMテンプレの設定方法はこちら

アンケートは

1タップ



ユーザーが反応することに慣れてきたら

DMスタンプは
2タップ



「アンケート」から
DMスタンプに変更



- 最後に -

閲覧率が10%以下の場合は...



閲覧率が低い場合の改善策（10%以下）

万が一、アカウントの閲覧率が悪い場合の
対応策は3つ

- ① アカウントの改善
- ② 既存フォロワーとの繋がり強化
- ③ アカウントの作り直し



1つずつ解説していきます。



①アカウントの改善

アカウントの改善をすることによって
濃い新規フォロワーを獲得し、
その母数でカバーできる



この場合は「ポジションメイク」から
しっかりと作り込みましょう！



② 既存フォロワーとの繋がり強化

既存フォロワーとの繋がりを半強制的に強化することでエンゲージメントが回復する可能性がある



最も重要になるのが「既存フォロワーとDMをする」という部分

自分からフォロワーにアクションする

- ✔ 既存フォロワーへのいいねまわり
- ✔ いつもエンゲージをくれる人へいいね返し
- ✔ フォロワーのストーリーに反応



この積み重ねで内部エンゲージメントが高まり閲覧率が回復する可能性があります！



③アカウントの作り直し

最初から既存エンゲージや
マネタイズを意識した運用ができるのでオススメ



①と②の施策を行っても回復しない場合は、
作り直しを検討するのもオススメ。



作り直した方が良いか迷っている方は
ご相談にのります！

- 課題 -



課題

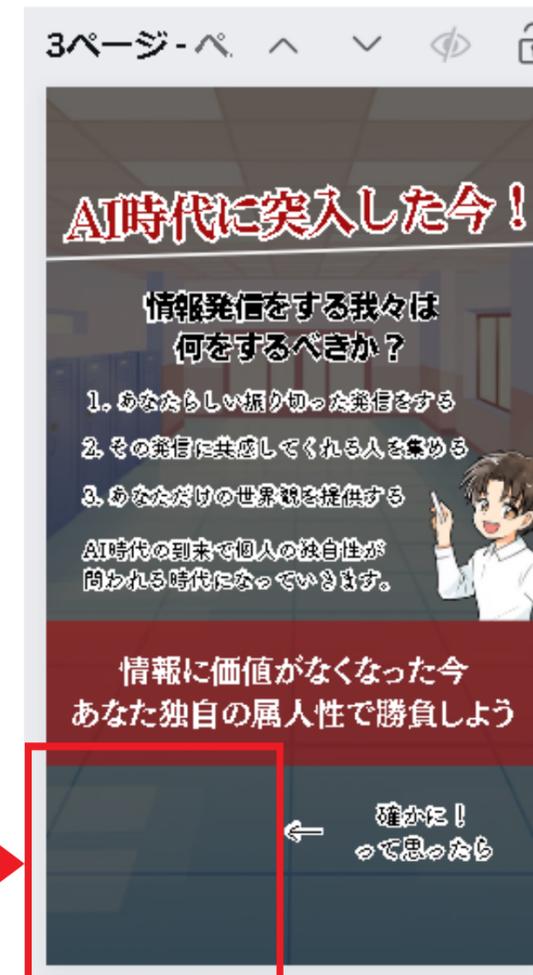
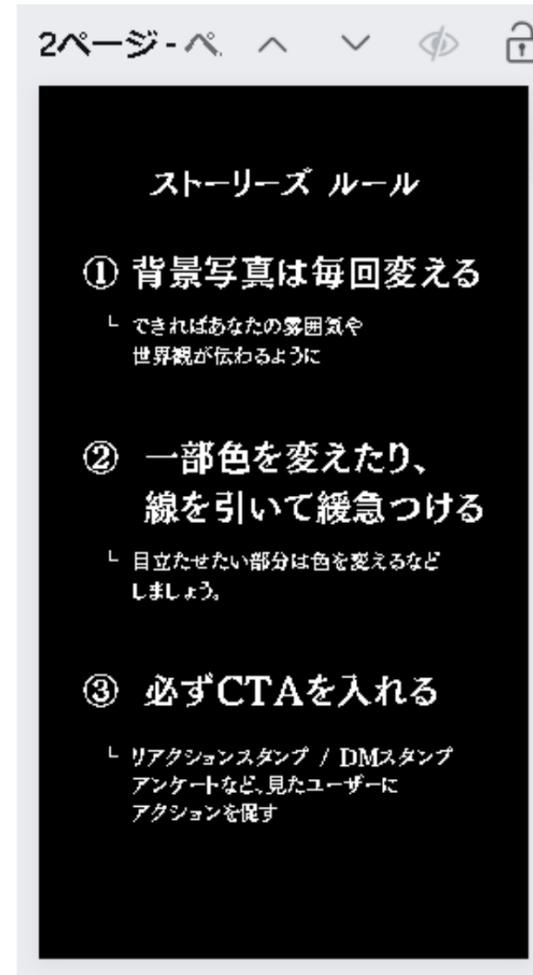
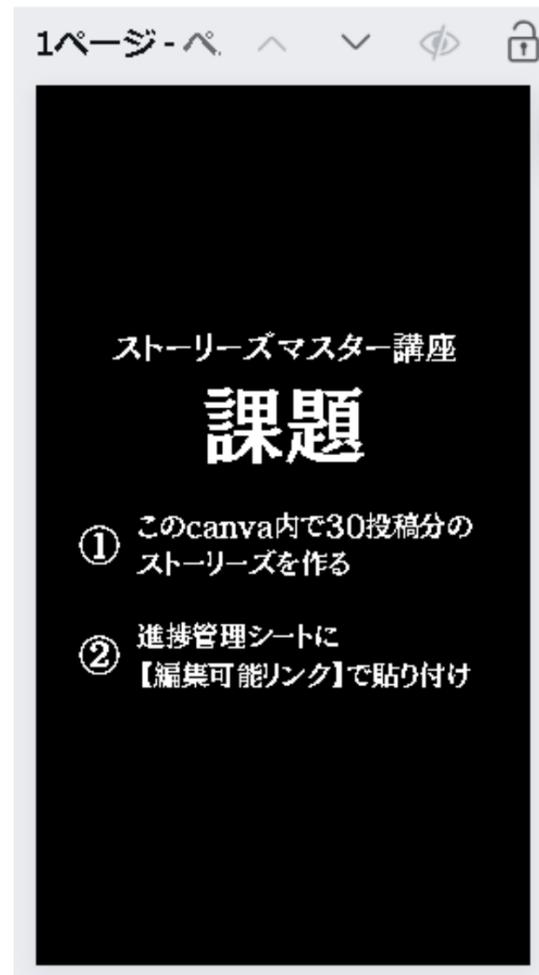
ストーリーズを30個作成する

- ① テンプレート（Canva）を参考に30個作成する
- ② スプレッドシートに
canvaリンク（編集可能）を貼り付ける

有益情報6割、価値観4割ぐらいで作ってみてください。



ストーリーズ制作シート

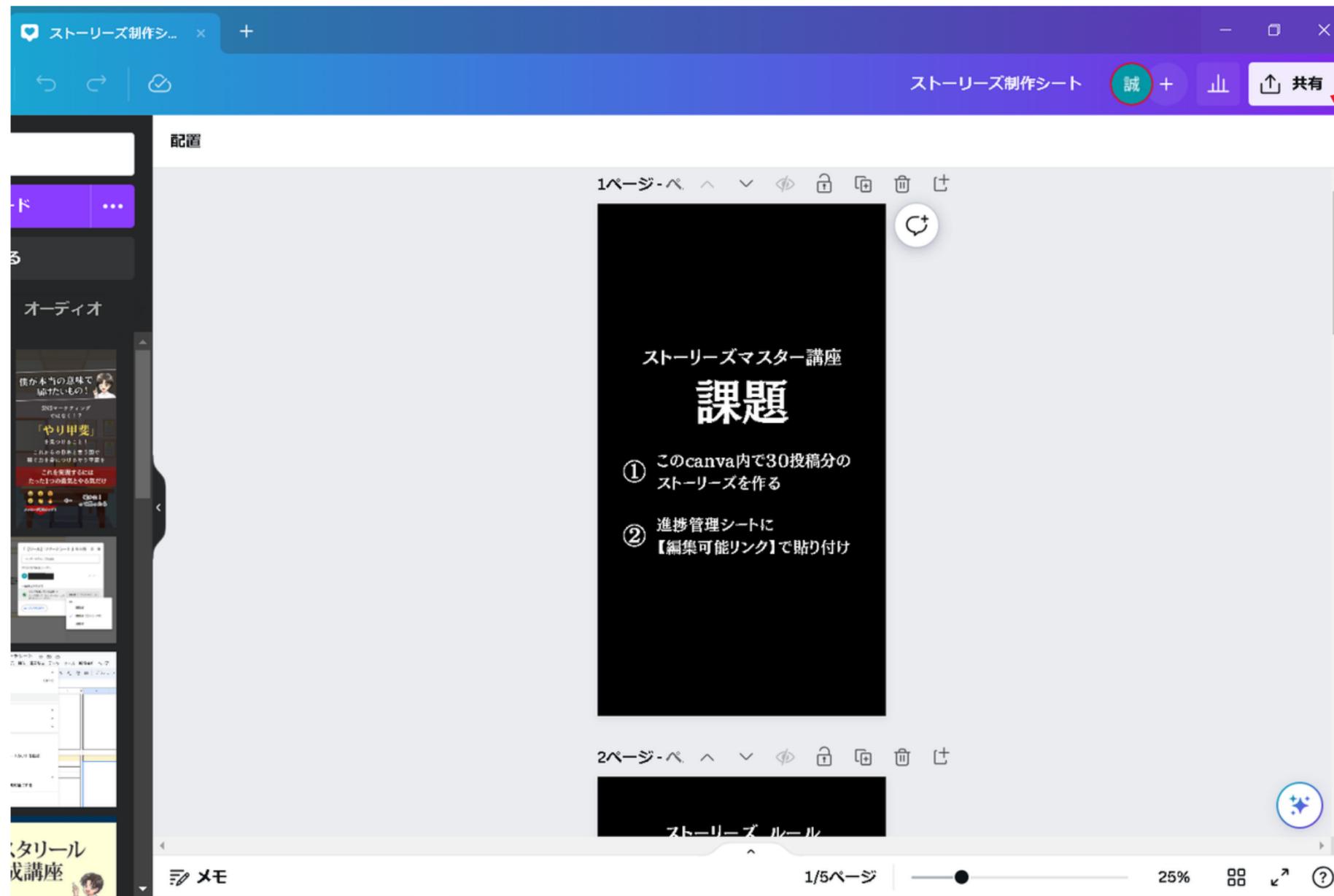


1～2ページに課題が明記してありますので確認をお願いします。

3ページ目は僕の参考例です。CTAのところは空けて作っていくのがおすすめです！

進捗管理シートに Canvaリンクの貼り方

共有をクリック



あなただけがアクセス可能をクリック



リンクを知っている全員を選択

The screenshot shows the Canva interface with a sharing settings panel open on the right. The main design area displays a slide titled "ストーリーズマスター講座 課題" (Story Master Course Homework) with two numbered instructions. The sharing panel is titled "このデザインを共有" (Share this design) and includes a search bar for members, a "誠 +" (Sincere) button, and a "コラボレーションリンク" (Collaboration link) section. In this section, the option "リンクを知っている全員" (Everyone who has the link) is selected and highlighted with a red arrow. Other options include "あなただけがアクセス可能" (Only you can access) and "ダウンロード" (Download). The bottom of the screen shows a "メモ" (Memo) icon, page navigation (1/5 ページ), and a zoom level of 25%.

ストーリーズ制作シート

このデザインを共有

アクセスできるメンバー 編集

メンバー、グループ、またはチームを追加

誠 +

コラボレーションリンク

あなただけがアクセス可能

あなただけがアクセス可能
あなただけがこのリンクからデザインにアクセスできます。

リンクを知っている全員
誰でもこのリンクからデザインにアクセスできます。サインインは必要ありません。

ダウンロード

SNSでシェア

Canvaで印刷する

もっと見る

ストーリーズマスター講座
課題

① このcanva内で30投稿分のストーリーズを作る

② 進捗管理シートに【編集可能リンク】で貼り付け

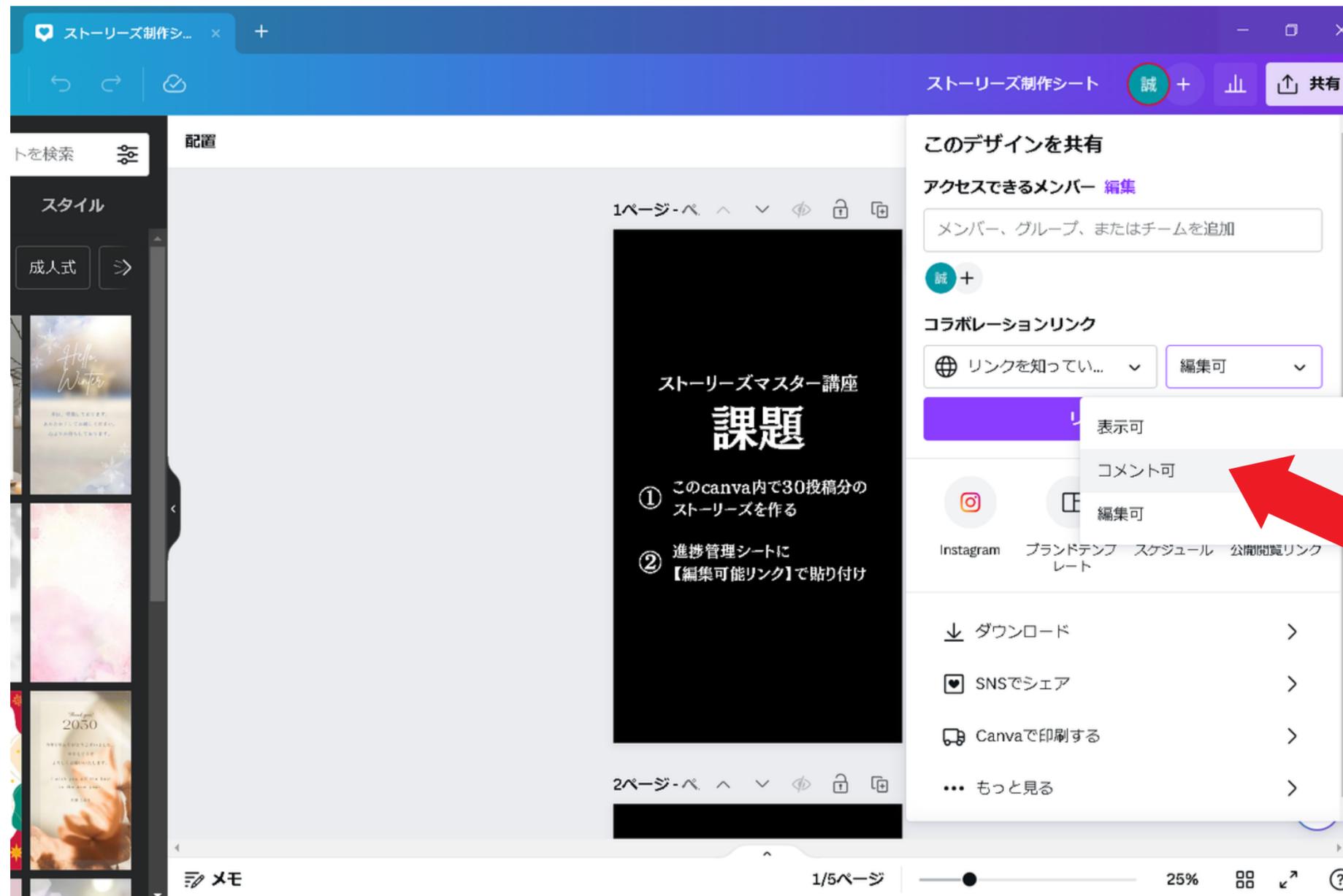
1/5 ページ

25%

編集可をクリック

The screenshot shows the Canva interface for a design titled 'ストーリーズ制作シート' (Story Sheet). The design is a vertical poster with the text 'ストーリーズマスター講座 課題' (Story Master Course Assignment) and two numbered steps: ① このcanva内で30投稿分のストーリーズを作る (Create 30 stories within this Canva) and ② 進捗管理シートに【編集可能リンク】で貼り付け (Paste the [Editable Link] in the progress management sheet). The right sidebar shows sharing options, including 'このデザインを共有' (Share this design), 'アクセスできるメンバー' (Members who can access), and 'コラボレーションリンク' (Collaboration Link). The 'コラボレーションリンク' section has a dropdown menu set to '編集可' (Editable), which is highlighted by a red arrow. Other options include 'リンクを知って...' (Link to know...), 'リンクをコピー' (Copy link), and 'ダウンロード' (Download).

コメント可を選択



リンクをコピーして！



The screenshot shows the Canva design tool interface. The main canvas displays a design titled 'ストーリーズマスター講座 課題' (Story Master Course Topic). The design includes two numbered steps: ① このcanva内で30投稿分のストーリーズを作る (Create 30 stories within this Canva) and ② 進捗管理シートに【編集可能リンク】で貼り付け (Paste with the 'Editable Link' option in the progress management sheet). On the right side, the '共有' (Share) panel is open, showing options to share the design. A red arrow points to the 'リンクをコピー' (Copy Link) button, which is highlighted in purple. Other options in the share panel include 'メンバーを追加' (Add members), 'コラボレーションリンク' (Collaboration link), 'ダウンロード' (Download), 'SNSでシェア' (Share on SNS), and 'Canvaで印刷する' (Print with Canva).

進捗管理シートにペースト

【〇〇】 Avance進捗管理シート ☆ 📄 🌐

ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール 拡張機能 ヘルプ

メニュー 100% 123 Arial 10

E20 https://www.canva.com/design/DAF5p27DrgB/wfVDFNb94LOTBsMX9cJJWg/edit?utm_content=DAF5p27DrgB&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

	B	C	D	E	F
		講義	課題	課題提出	進捗
2					
13	第2章	2.1.アカウントのジャンル認識講座	ジャンル認識を意識した運用を開始する		
14		2.2.インスタプロフィール設計講座	プロフィール設計を完了させる		
15		2.3.インスタハイライト設計講座	ハイライト設計を3つ完了させる		
16		2.4.インスタ投稿企画作成講座	①伸びてる投稿を30投稿リサーチする ②1投稿添削依頼を出す ③同じ要領で10投稿の企画台本を制作する		
17		2.5.CanvaPro登録のススメ編	キャンバプロを登録する		
18		2.6.いいね周り施策編	インスタいいね施策を開始する	なし	
19		2.7.インスタリール作成講座	①伸びてるリールを30個リサーチする ②実際にリールを10個作る		
20		2.8.インスタストーリー作成講座	①ストーリーを30個作る	https://www.canva.com/design/DAF5p27DrgB/wfVDFNb94LOTBsMX9cJJWg/edit?utm_content=DAF5p27DrgB&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton	
21	第3章	3.1.ローンチの全体像解説	特になし	なし	
22		3.2.企画コンセプト設計	企画コンセプトを設計する		
23		3.3.提案資料の設計	提案資料を設計する		
24		3.4.決済システムの準備	①モツシュの審査を通す ②銀行口座を準備する	なし	
25	第4章	4.1.特典設計 講義編	特典の完成版のイメージを掴む	なし	
26		4.2.特典設計 内容編	①特典内容を7つ決める ②特典タイトルを設計する		

0→1 必達フローチャート インサイト分析シート

以上になります！

よろしくお願ひします。

