

株式会社ライフグラム
Instagram運用代行
サービス概要資料



目次



本資料の作成者



株式会社ライフグラムの実績



Instagram運用代行サービスの概要



Instagram運用代行サービスの内容



会社概要



本資料の作成者

竹内雄基

株式会社ライフグラム 代表取締役

累計200以上のSNS運用代行

株式会社ライフグラムの実績

ライバー事務所

月間応募者数 35名

店舗コンサルティング

フォロワー数 9,600人
6ヶ月 売上 538万円

ダイエット系

フォロワー数 65,000人
売上30万円→320万円

YouTube運用代行

2ヶ月でフォロワー数 2,500人
リード獲得数 18社 成約 7社

TikTok運用代行

2ヶ月でリード獲得数 4社
成約2社



Instagram運用代行サービスの概要

相談費用:無料

1時間以上の細かいヒアリングをご提供

累計200アカウントの運用代行・支援をしてきた代表竹内が、Zoomにて直接課題をお伺いし解決に導きます。



Instagram運用代行サービスの概要

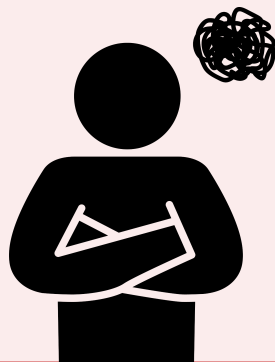
対象となる代表の課題例

リールが伸びない

商品が売れない

投稿が頻繁に行えない

企画案が思い浮かばない



Instagram運用代行サービスの内容



リール企画



ストーリー内容



商品販売までの導線設計



インスタライブ配信サポート

上記4つを元に現在の運用を分析
弊社は見られるよりも「売れる」に特化しており**売上直結型でプランニング** いたします。



会社概要

■社名 株式会社ライフグラム

■住所 千葉県千葉市中央区富士見2-6-9 富士見ビル 609号

■電話番号 080-9441-5202(代表直通)

■メールアドレス lifegram.cp@gmail.com



株式会社ライフグラム アカウント運用代行マニュアル



運用代行者向けのマニュアル



大枠の企画案を探す

TikTokで同ジャンルかつ1ヶ月以内で

フォロワー数×10倍の再生数を取れているものを

5つまとめる



運用代行者向けのマニュアル



大枠の企画案を探す

事前に同ジャンルで著名なアカウントを
フォローしオススメ動画からリサーチをかける



運用代行者向けのマニュアル



企画案を決定する

過去に伸びた動画と照らし合わせ演者と
イメージの乖離がないものにする



運用代行者向けのマニュアル

悪い例

- 毒舌ではない柔らかいルックスと口調の動画が伸びている
→口調が強く誰かを否定しているような動画を参考にする

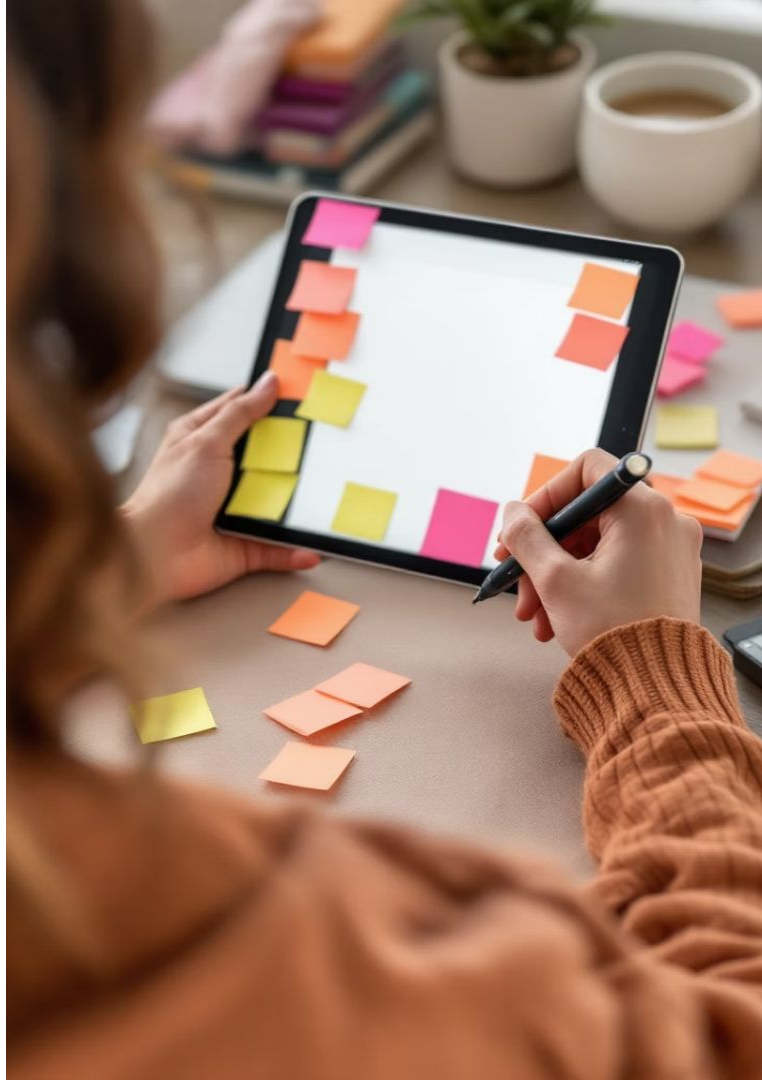


運用代行者向けのマニュアル



基本構成をまとめる

代行するアカウントで伸びた動画構成をまとめる



参考例

https://docs.google.com/document/d/10MIq_R3NlcNbjqM-lLidl3JHJSNM_1WirWsAFdKAHl4/edit?tab=t.0



【台本1】 OK

これとこれ
どちらのサムネイルが伸びるでしょう？

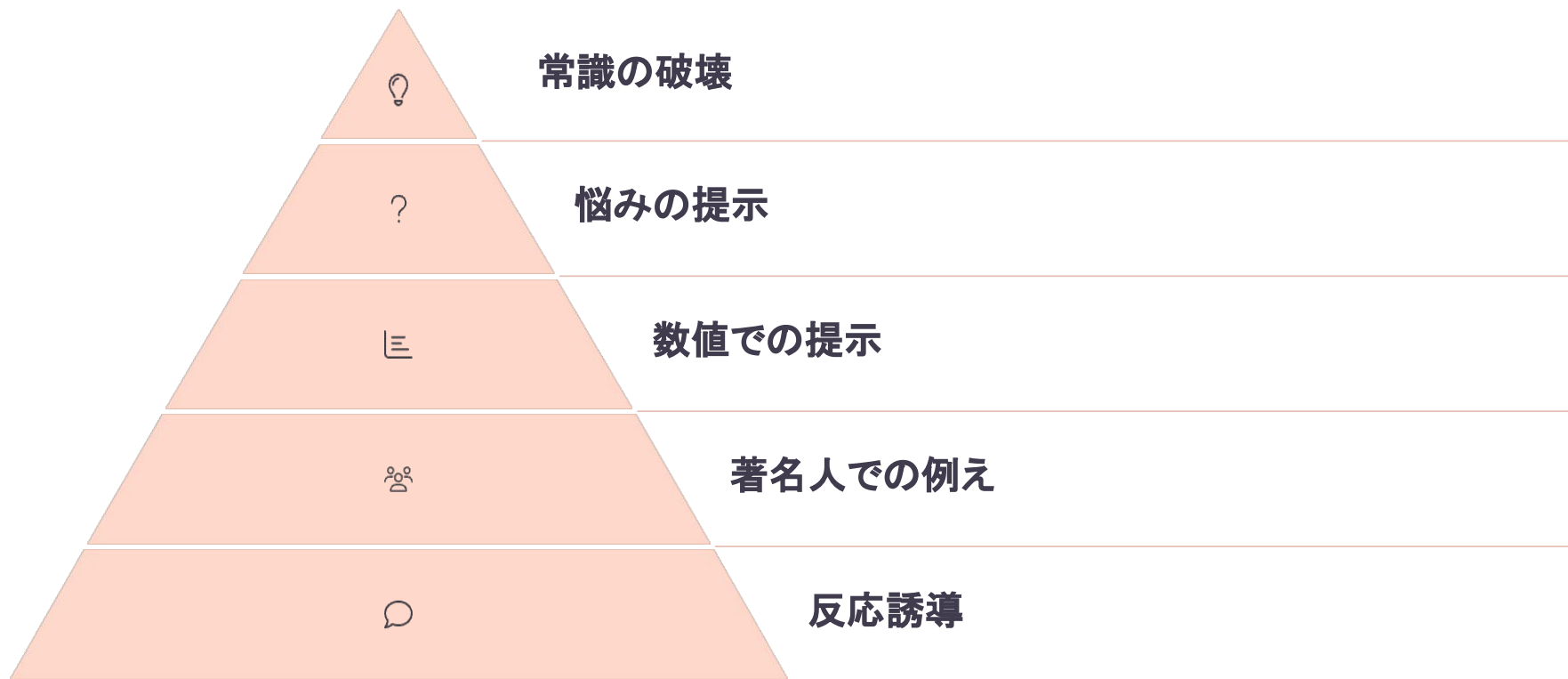
実はYouTubeって、
サムネイルがとっても大切です

インスタと違って
「自分の意思でタップする」媒体
だからこそ、

- ✓ パッと見で、目に止まる
- ✓ 「どんな動画か」がイメージできる
- ✓ そして、内容が気になる訴求が超重要。

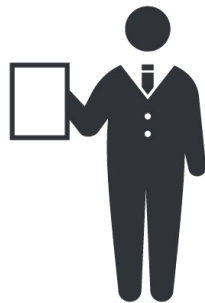
逆に、ここがズレてると、
内容がどれだけ良くても、クリックされず再生されないんです。

台本構成で多く使われる項目



運用代行者向けのマニュアル

- 基本構成は守りつつ企画案を当てはめる



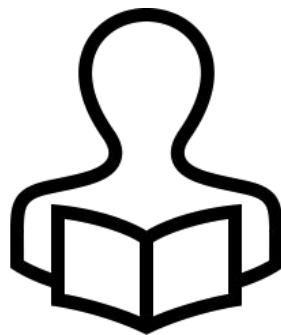
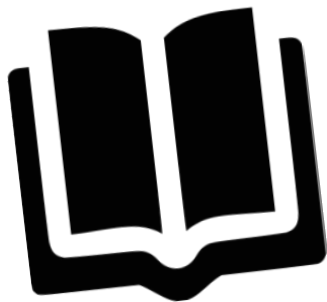
運用代行者向けのマニュアル

- 企画案はタイトルと同一になり趣旨が変わるだけである



運用代行者向けのマニュアル

- 台本は演者が読みやすくする
- どこで区切るかの/を台本に記載を行う



参考例

https://docs.google.com/document/d/18yqMelkIYXCMpeOJZmMbw_fSj9jghlBhraFyYhPYSM/edit?usp=sharing

もっと見る方は
こちらから



りさぴょん様_ゴールデンホイヤー 台本

台本詳細まとめ

参考動画

1:https://www.tiktok.com/@hy_252/video/7410173688370302215?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7243389700722443794

参考動画

2:https://www.instagram.com/reel/C5kZC2IPEFU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

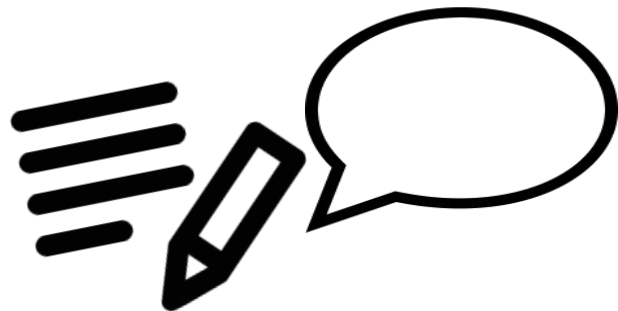
撮影画角:横画角と縦画角をいただきたいです。

イメージ詳細:

隙間時間にスタイルを維持するために筋トレをされていて、もう1つの習慣でこのアプリをよく使って遊んでいるという趣旨

運用代行者向けのマニュアル

- 補足事項やクライアントに対し要望がある場合は、
ドキュメントでコメントとして残しておく。



補足の参考例

https://docs.google.com/document/d/10MIq_R3NlcNbjqM-lLid3JHJSNM_1WlrWsAFdKAHl4/edit?usp=sharing

もっと見る方は
こちらから



【台本1】OK

これとこれ

どちらのサムネイルが伸びるでしょう？

実はYouTubeって、
サムネイルがとっても大切です

インスタと違って
「自分の意思でタップする」媒体
だからこそ、

- ✓ パツと見で、目に止まる
- ✓ 「どんな動画か」がイメージできる
- ✓ そして、内容が気になる訴求が超重要。

逆に、ここがズレてると、
内容がどれだけ良くても、クリックされず再生されないんです。

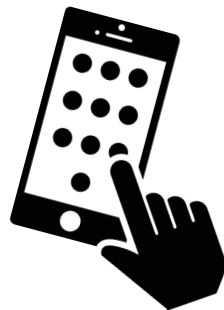
じゃあ、どんな要素を意識すれば
「クリックされるサムネ」にな流のでしょうか？

そのポイントは3つ

運用代行者向けのマニュアル

- 伸びた企画案や内容はClaudeを使用し、リライト形式で再投稿を必ず行い3度まで使用する。再生数はある程度担保可能。

 Claude



運用代行者向けのマニュアル

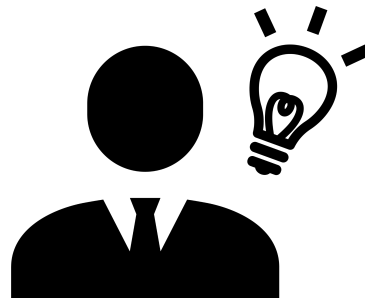
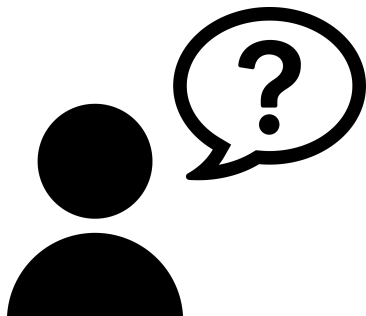
ストーリー運用

- 基本はSNS、主にXアカウントから抜粋して投稿する。



運用代行者向けのマニュアル

- 主張を理解する。
- ジャンルという枠で考えた際に、どのポジションにあるかを徹底理解する。



運用代行者向けのマニュアル

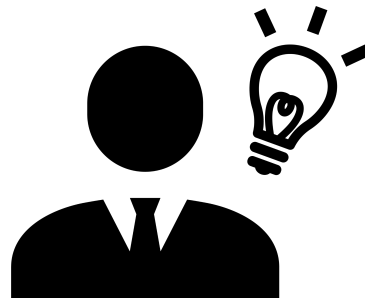
悪い例

- 普段は運用代行を肯定しているが、運用代行を入れると伸びないし自分でやるべきである。とストーリーに掲載する。

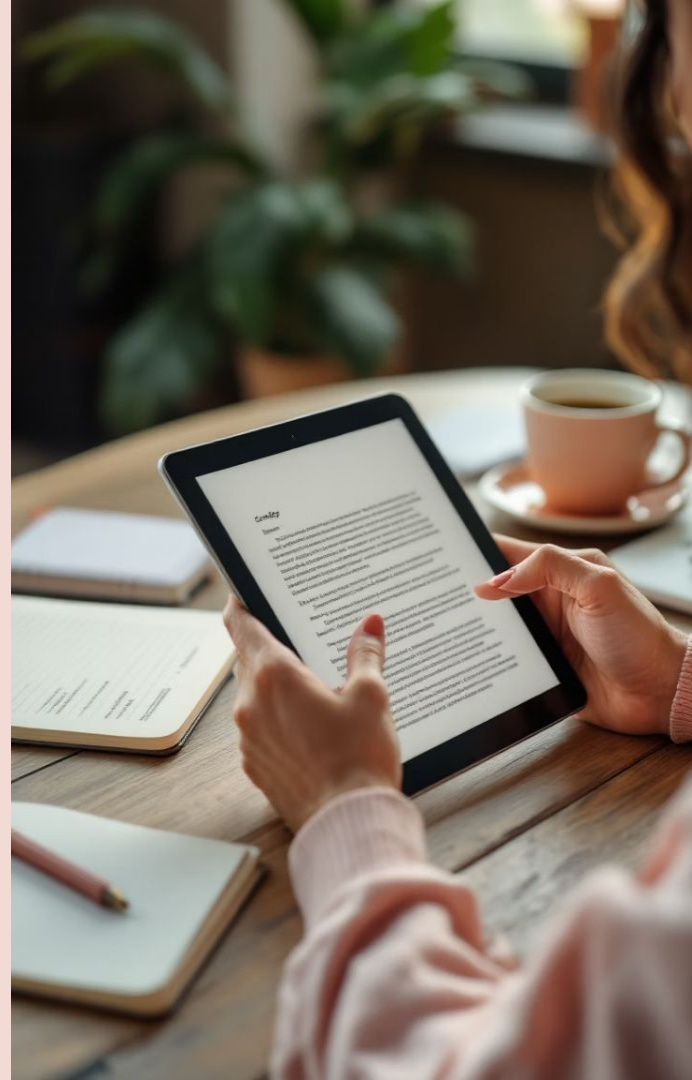


運用代行者向けのマニュアル

- ストーリーが最も事故が起こりやすいので、クライアントに3チェックをしてもらい3回共1発で通れば確認を行わずに投稿していく。

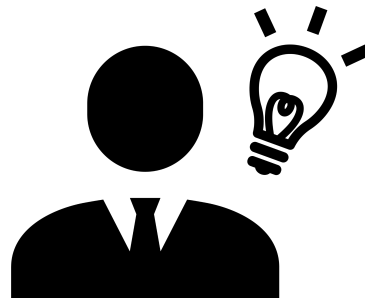
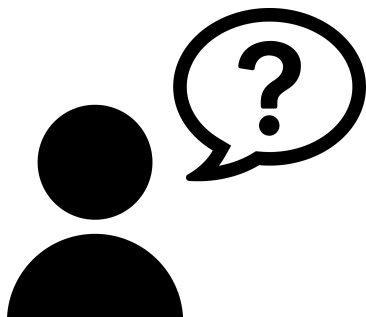


台本でチェックすべきポイント



運用代行者向けのマニュアル

- 台本は1行の中に同じ単語を2度使用しない、使用する場合は類語で言い換える。



運用代行者向けのマニュアル

悪い例

- インスタをバズらせるには、1ヶ月以内でバズっている動画を参考にしましょう。



運用代行者向けのマニュアル

- 「、」を使用したい箇所は/で区切る。
クライアントが読む際に見づらくなり使用しない。



運用代行者向けのマニュアル



固有名詞は使用しない。

肯定的な内容でも捉え方によっては反感を買う
ため、言い換えて台本に組み込む。

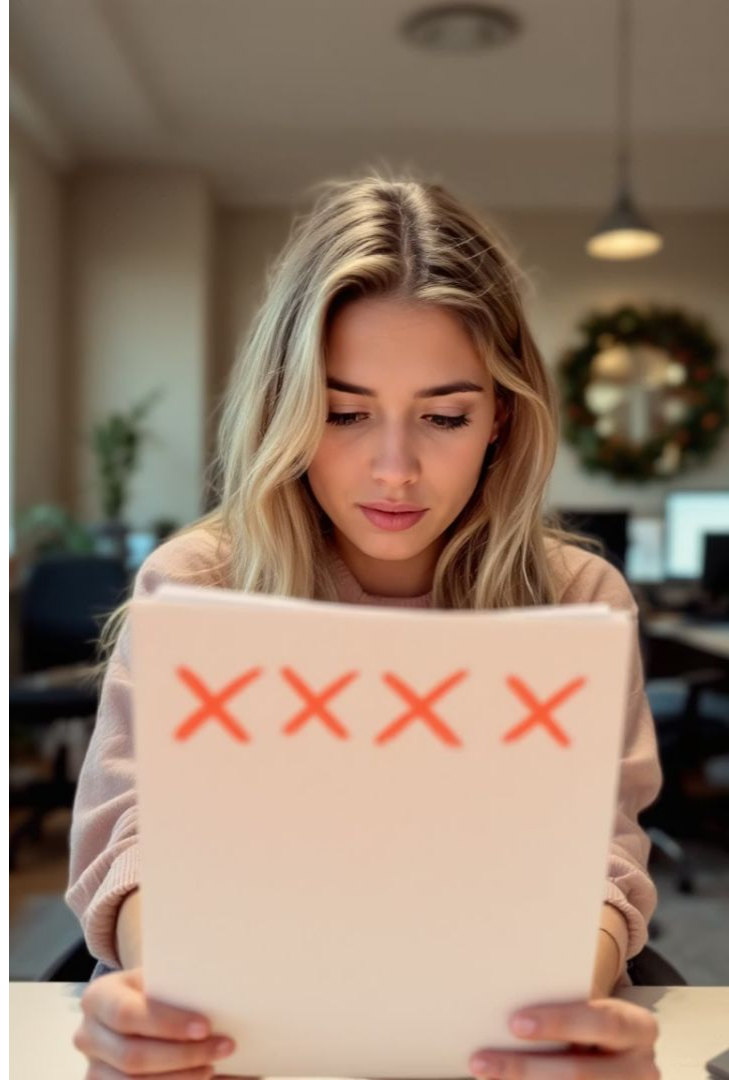


運用代行者向けのマニュアル



NGワードを覚え使用しない。

＜例＞副業、稼ぐ、アダルト系ワード



運用代行者向けのマニュアル

- 台本のタイトルと着地点が一致しているかを入念に確認する。
判断軸は主張がズレていないかどうか。



運用代行者向けのマニュアル



ストーリー運用チェックポイント

無機質な投稿にならないように、パターン化し
掲載していく。



運用代行者向けのマニュアル

パターン一覧

- マインド、ノウハウ、今日の出来事、質問と回答は最低限抑えておく。



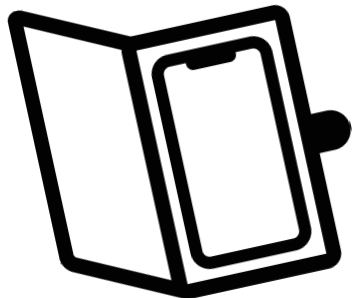
運用代行者向けのマニュアル

- いいねや反応を促す構成にする。スタンプ機能を使い、ユーザーにアクションをさせる。



運用代行者向けのマニュアル

- アクションが高かったものをメインに使用し、ユーザーの視聴維持率を向上させる。



運用代行者向けのマニュアル



ディレクターチェックポイント

肌が多く露出していないか確認する、
特に夏の時期は要チェック。



運用代行者向けのマニュアル

- 露出が多すぎる場合、アダルトコンテンツと判断されるケースもあり事前にクライアントと伝えておく。



運用代行者向けのマニュアル

- 最終の誤字脱字がないか提出前に1度確認を行う。



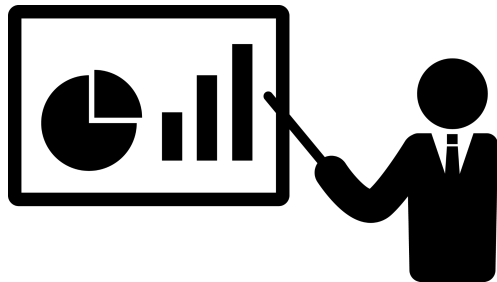
運用代行者向けのマニュアル

- 全コンテンツ含めて導線に誘導されるかを確認する、主張や内容と違わないかを特に見ておく。



運用代行者向けのマニュアル

- インサイトやデータが分かるものをまとめて、全関係者が客観的に可視化できるようにしておく。



実際のシート

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1H86qdZ_KoSfNow4Om8n7EvqqVt3Lpu8XjARgUNmilOw/edit?gid=0#gid=0

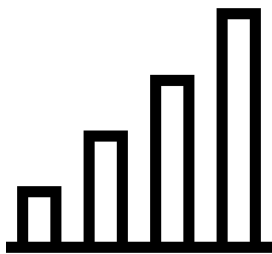
もっと見る方は
コチラから



リーチ	3324	3314	3329
フォロワー	3087.9	3091.9	3125.9
フォロワー以外	236.00	222.03	203.06
フォロワー率	92.9%	93.3%	93.9%
非フォロワー率	7.1%	6.7%	6.1%

運用代行者向けのマニュアル

- 必ず週次報告を行う、数値、次の施策案を1週間毎に提示し画像や根拠を入れて提出する。



実際の週次参考

<https://docs.google.com/document/d/1i8sEYFFNySAYZ1TQ0indSCsODfPCNYpMSy8Cj4iKMcM/edit?tab=t.0>

もっと見る方は
こちらから



数値ご報告

フォロワー数:6482 (前週:5313) +1169

リーチしたアカウント数 :6,476,892 (前週:7,523,783) -1,046,891

インプレッション数:14,328,799(前週:16,601,824) -2,273,025

プロフィールへのアクティビティ :443,925(前週:430,414) +13,511

ライバー応募数 : 9 (前週: 2) +7

総評

✓ ライバー投稿施作

4/15にリール投稿での誘導を1回実施。

1投稿がバズった影響もあり、認知拡大しライバー応募数が増加。

✓ フォロー増加施作

約100万再生された1投稿で848フォロワー獲得。

1週間で1169フォロワー増加し順調。

「整形っぽく見えない」系の投稿がバズっているため、この内容を多めに投稿。