
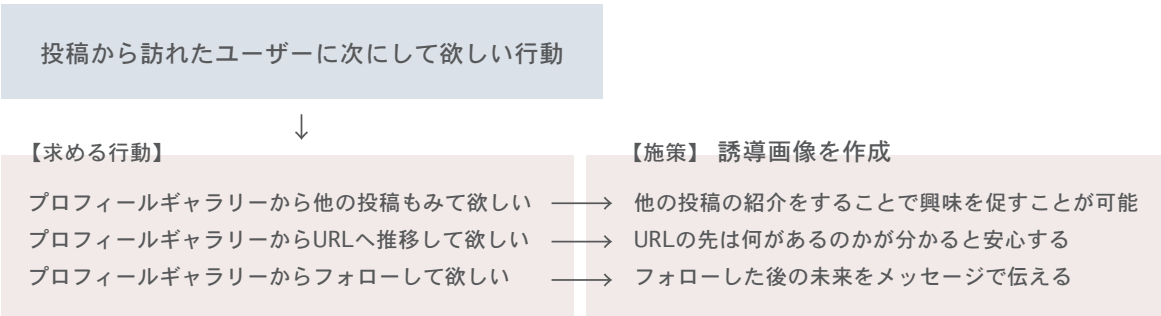


STEP.8 誘 導

投稿を読んだ後の誘導、もっと知りたいと思ってくれた方への誘導は、サービスを利用してもらうことがゴールの場合には必ず必要です。プロフィールのリンクにホームページやLPへのリンクを貼っておくことも大事ですが、ユーザーが納得した上で適切に、丁寧に誘導してあげることが最も大事です。

ユーザーに起こして欲しい行動を促すために時としてメリットを与えることが必要になります。

- 
- ・フォローして欲しいなあと思っているだけでは、フォローしてくれない。
 - ・ホームページから詳細を確認して申し込みをして欲しいなあと思っていても申し込みはこない。



誘導画像の作り方 〈マスターコーステキストP37〉

誘導画像は集客導線を作る上で大切な要素です。投稿を読み終わったあと、伝える側が次のステップを明記することで受け手側に考えさせることなくスムーズな誘導をすることが可能です。

♥ 誘導画像とは…投稿の最後に次のステップへ促すための内容を明記した画像のこと
※このリリが考案した造語です。



基本の誘導画像に必要な要素

- プロフィール写真
- 商品イメージ写真

誘導画像はプロフィールページのようなもの。対面サービスならどんな人が発信しているのかが分かるような写真、商品があるならラインナップを見せることで他の投稿、商品を見てみたいと思ってもらえます。

名前

発信している人の名前、サービス名や屋号なども必要です。肩書きがあるとより伝わりやすくなります。

ロゴ

ロゴがあるのであれば必ずデザインに入れましょう。ロゴは形で認識でき覚えやすい素材です。

キャッチコピー

サービスや発信内容のキャッチコピーをできるだけ短く未来を感じさせられるような言葉で伝えます。

誘導用プレゼント

公式LINEやメルマガなどに登録した際のプレゼント内容をできるだけ目立つように入れるのがポイントです。プレゼントや動画、PDFなどプレゼントするもののアイコンなどを入れて、視覚的にも分かりやすくしましょう。

お問い合わせ方法

質問や疑問点、依頼などでDM、メッセージをもらえるようにお問い合わせの方法を明記しておきましょう。

アクションのお願い

いいね、コメント、シェア、保存など、投稿に対する応援と、保存して後からみれるよということを伝えましょう。分かっているだけでも書いておくことでアクションをしてもらいやすくなります。