

Facebook & Instagram ストーリー短期集中マニュアル

Facebook & Instagram ストーリー短期集中マニュアル

重要なお知らせ

あなたが“Facebook & Instagram ストーリー短期集中マニュアル”を自己利用する以外、あなたにはいかなる権利もありません。あなたはこのレポートを無料配布・有償販売・会員制倶楽部への追加など一切できません。

ありがとうございました。

Facebook & Instagram ストーリー短期集中マニュアルは小林正寿とbrainers 有限会社の著作物として全世界的に保護された出版物です。

ALL RIGHTS RESERVED. 電子的、機械的、カメラによる複写、読み上げでの録音などいかなる形式をもってこのレポートの一部または全部を配布することは禁止します。レポートのコンテンツの引用をご希望の場合は書面で著者に対して許諾を得てください。

免責事項／法律に関する告示: この書籍でテーマに取り上げられた情報は出版された日付の時点での著者の見解です。著者は状況の変化に応じて、このレポートで表示した見解とは異なる新しい見解を表現する権利を有します。このレポートのテーマとして取り上げた事項に関し、適切且つ信頼に足る情報を提供することを意図して作成されていますが、いかなる誤り・不正確・不作為に対しても著者・出版元・アフィリエイト・リセラーは一切責任を負うものではありません。また、法律、その他の分野に関する専門的なアドバイスを与える事を保証するものではありません。著者・出版元・アフィリエイトパートナーは利益や特定の目的に対する適合性を保証するものではありません。このレポートの使用・適用によって生じたいかなる結果に対しても責任を負うものではありません。もし、法律、その他の分野で助けが必要な場合はその分野の専門家からサービスの提供を受けることを強く要請します。

収益に関する免責事項: 本製品はその可能性を正確に示すよう、あらゆる努力がなされています。このウェブサイトが提供する本書のテクニックとアイデアを利用して収益を上げることについては、何の保証もありません。本書またはページ内の事例は、収益を約束したり、保証したりするものではありません。収益の可能性は、本書、アイデア、およびテクニックに含まれる情報を使用する各個人に完全に依存するものです。お金持ちになれる仕組みであると明示するものではありません。実際の収益、あるいは実際の結果の例を生み出す権利は、要求に応じて確認することができます。サイトで主張している結果の獲得における成功のレベルは、記載したアイデアやテクニックに費やした時間、あなたの財政状態、知識、およびさまざまなスキルによって異なります。これらの要因は個人によって異なるため、成功、つまり収益のレベルは保証できるものではありません。またあなたのいかなる行為についても責任を負うものではありません。本書およびウェブサイトの資料には、将来的な出来事を期待させる、もしくは予想させる前向きな文章を含んだ情報が提示されている場合があります。これらの文章は、歴史的事実もしくは現在の事実と厳密に関連していないという事実によって確認することができます。これらについては、予測する、予測する、期待する、予想する、意図する、予定する、信じるなどの言葉やその他、潜在的収益または財務実績の説明に関連した類似する言葉を使用しています。本章内もしくは我々の販売資料に記載したありとあらゆる前向きな文章は、収益の可能性についての意見を明らかにすることを意図したものです。実際の結果の判断においては多くの要因が重要であり、我々もしくは他の誰かと類似した結果を得られることには何の保証もありません。我々の資料に記載されたアイデアやテクニックからどのような結果が得られるかについては、何ら保証をするものでもありません。

小林正寿について



小林正寿は、彼のインターネットマーケティングインベンションとイノベーションにおいて知られています。

彼は **2004** 年、まったくインターネットに関する知識を持ち合わせないままインターネットマーケティングの世界に身を投じ、今日に至っています。

まさにゼロからスタートを切り、独学でウェブマスターとなり、**brainers**¹をインターネットマーケティングにおけるブランドに育て上げ、誰もが成し遂げることのできないスピードでオンライン帝国を築き上げました。

さらに彼は、膨大な商品ラインを構築し、ミスターオーバーデリバーとしてもインターネットマーケットの世界で比類なき存在となっています。

彼は日本のリセールライトライセンスビジネス生みの親としても知られていますが、現在はインターネットマーケティングのインフラ・商品など、さまざまな分野にも進出しています。

彼は一切の宣伝広告を实践せず、バイラルマーケティング戦略を駆使して日本のインターネットマーケティングの世界に確固たるマーケットを生み出しました。

¹ brainers: <http://brainers.tokyo/>

さらに、彼が初めて日本のマーケットに投入した **OTO**（ワ
ンタイムオファー）など、さまざまな革新的マーケティング
メソッドを日本のマーケットに紹介してきました。

さらに彼は、常にスピード・物量・自動化をコアコンピタ
ンスとして **DNA** のようにらせん状に、留まることなく進
化を続けています。

きっと彼のエクセレンスに対する献身に驚かれることでし
ょう。

彼は常にそして加速度的に進化を続けています。もし、あ
なたがインターネットマーケティングで成功しようと熱望
しているなら、ナレッジベース²をフォローされることを
お勧めします。

あなたの成功を祈願します。



² ナレッジベース : <http://bsolutions.asia/>

目 次

小林正寿について	3
目 次	5
イントロダクション	6
なぜ、FACEBOOK と INSTAGRAM ストーリーを利用するのか?	7
INSTAGRAM の概要とベネフィット	7
FACEBOOK の概要とベネフィット	9
目標を達成する	10
トラフィック生成目標	10
購読者獲得目標	11
売上獲得目標	12
ブランド構築目標	14
魅力的なストーリータイプ	15
舞台裏	15
情報価値のあるデモンストレーション	16
その気にさせるティーザー（予告編）	17
他にはないオファー	18
ユーザー作成コンテンツ	18
アンケート調査&投票	19
INSTAGRAM ストーリー	20
イメージフォーマット	21
ストーリー録画オプション	22
ライブストーリー	22
スタンドアウトするストーリーのエレメント	24
フェイスフィルター	26
タグとハッシュタグ	27
メトリック	30
FACEBOOK ストーリー	32
FACEBOOK ストーリーの組立	33
編集	33
FACEBOOK ストーリーの公開	35
公開済ストーリーの編集	35
あなたのアナリティクスを確認	36

イントロダクション

ストーリー機能は、最新のコンテンツ更新やブランド認知を高めターゲット化されたオーディエンスの注目をイメージやビデオで獲得することに役立ちます。

Facebook と **Instagram** のストーリー機能はテキストベースのコンテンツではなくビジュアルに基づき **24 時間**の時間制限があります。

したがって、**Facebook** や **Instagram** でビジュアルを活用してブランド認知・リスト構築・売上拡大を実現できるよう学ぶ必要があります。

あなたのストーリーを組み立てるとき、事前に計画しオーディエンスの注目を獲得できる実行可能なものであることが不可欠です。

なぜ、あなたのビジネスにとって **Facebook** と **Instagram** ストーリーが重要であるか検証することからはじめましょう。

なぜ、Facebook と Instagram ストーリーを利用するのか？

既にご承知のように、ビジュアルコンテンツは堅実に見込み客・リスト購読者はもとよりビジネスオーナーやマーケターたちの間で人気が高まっています。

だからこそ、Facebook が所有している Instagram と Facebook のストーリー機能が注目を集めているのも当然と言えるでしょう。

これら 2 つのビジュアルマーケティングのプラットフォームを試してどちらがより効果的な選択肢なのか検証して特定することが急務です。

Instagram の概要とベネフィット

Instagram は、スマートフォン用のアプリを介して写真・ビデオやライブイベントをシェアすることのできるサイトです。

18～30 歳のオーディエンスに高い人気があり、彼らの多くは新しいコンテンツが追加されていないかチェックするため日に数回アクセスしています。

このターゲットマーケットグループはトレンドとインフルエンサーマーケティングに高い関心を示しています。

インフルエンサーとは、一般的に特定ニッチまたは業界における著名な人を意味します。

時として、彼らは必ずしもセレブではなく定期的にコンテンツを配信する一般的な人であることもあります。

Instagram は、影響力のあるウェブサイトの上位 **15** 位にランクインしているのであなたの狙いを定めたマーケットにおけるインフルエンサーと繋がる理想的な場所でもあります。

Instagram は、まだ訪問者が閲覧していない公開済みコンテンツをスタック/保存してくれる優れたマーケティングツールです。

それは、最近公開されたコンテンツだけではなくあなたのすべてのコンテンツを表示することができます。ストーリー機能では、あなたのアカウントでハイライトしない限りたったの **24** 時間で表示されなくなります。

あなたのカメラロールにストーリーを保存することで再利用することもできます。

加えて、**Instagram** は、ストーリーを **Facebook** にもクロスポスト（クロス投稿）することができるので数クリックで大幅に労力を削減することができます。

Instagram と **Facebook** ストーリーの顕著な違いは、**Instagram** はクリップ毎にビデオを **15** 秒上映できますが、**Facebook** ストーリーでは **20** 秒となっています。

Facebook の概要とベネフィット

Facebook はより成熟したユーザーの間で人気があります。あなたが販売している商品またはサービスが若年層をターゲットにしている場合にはあまり適さないようです。

一方で、**20 億人以上**のユーザーが毎日利用しています。その中には家族との連絡を取り合うために若年層であってもアカウントを開設しているケースがあります。

Facebook は、テキストベースのコンテンツよりビデオ・ミーム・ストーリーなどを積極的に奨励しています。実際、**Facebook** の **CEO** は **Facebook** 上のコンテンツの大半が **2020 年**までにビデオになると予測しており、ビデオコンテンツの覇者である **YouTube** に匹敵するポジションになるだろうと言われています。

Facebook には、いくつかの欠点があります。あなたのフォロワー全員にコンテンツを表示するのではなく特定の割合（**10%**など）に過ぎないことです。

より露出をするには、より多くのいいね・コメント・シェアなどを獲得する必要があります。あなたが投稿するコンテンツに対して何らかの反応を得ることができれば、あなたのコンテンツはより広く露出することができます。

あなたの **Facebook** ストーリーには、あなたがこれまでに複数のコンテンツを投稿していても最新のコンテンツが表示されます。

Facebook ストーリーは通常の投稿に比べてより注目を集めることができるのでぜひとも活用すべきです。ただ欠点としては **24 時間** で消滅してしまうことです。

Instagram と **Facebook** の利点・欠点やビジネス上での優位性などを理解することであなたのビジネスニーズに沿った適切な選択をすることができます。

目標を達成する

Instagram と **Facebook** は、どちらもあなたのビジネスを拡散させる素晴らしい機会を提供しています。

トラフィック生成・購読者獲得・売上獲得・ブランド構築などそれぞれのストーリーに対して目標を設定することからはじめてください。

あなたが設定するどのようなゴールであっても達成するには **Instagram** と **Facebook** が役立ちます。

あなたのゴール達成の成否は、あなたが狙いを定めたマーケットのニーズにマッチした適切なコンテンツを準備することです。

どのようなコンテンツがあなたのオーディエンスの関心を高めるのか知ることでああなたのストーリーをスタンドアウトさせることが可能になります。

トラフィック生成目標

あなたのウェブサイトへトラフィックを生成するには、より詳細な情報を読むことのできるクリック可能なリンクを配置するケースが多いです。

ストーリーは、最新ニュースや**24**時間限定の特別ディールなどのコンテンツを採用するときトラフィック生成の目標を効果的に達成することができます。

テキストを追加し写真やビデをにリンク設定してください。あなたのトラフィック生成を追跡して成果を分析してください。トラッキングをしなければ何が効果的で、何が効果がないのか識別することができません。

購読者獲得目標

多くのマーケターはソーシャルメディアに大きく依存しています。このような現状の中で堅固なリスト構築が軽視されています。

ソーシャルメディアマーケティングと電子メールマーケティング**2**つの戦略は同時に遂行することができます。電子メールマーケティングは、狙いを定めたオーディエンスへ到達・長期にわたる人間関係構築・オーディエンスに行動を採るよう喚起などに適しています。

しかしながら、そのすべてを達成するにはあなたのリストへ購読登録してもらうことが必須です。

メルマガが珍しかった昔はビジネスの最新情報を提供することだけで購読登録する人が数多くいました。

しかしながら、現在は状況が一変してしまいました。メルマガが溢れかえる現在においてはより高い価値を求められるようになりました。この価値ある無料アイテムを提供する方法は複数あります。

代表的な事例として、無料電子書籍と無料イーラーニングコースが魅力的なインセンティブとなることが実証されています。

あなたのストーリーは、それら無料配布物のベネフィットにフォーカスし、それらのアイテムへ無料アクセスすることのできるリンクを配して組み立てることができます。

売上獲得目標

誰しも最も望むものは、売上を獲得するという目標です。あなたが何らかの商品またはサービスラインをオファーしていても独自商品またはアフィリエイト商品であっても売上を獲得することが至上目標となります。

オファー毎に当該商品またはサービスの機能とベネフィットをショーケースするストーリーを組み立ててください。

多くの経営者は、視覚的なソーシャルメディアストーリーを彼らの商品ローンチやプロモーションに取り入れる効果性を直感的に理解しています。なぜなら、ストーリーには短期間で巨大な口コミを拡散する可能性があるからです。

しかしながら、あなたのソーシャルストーリーと通常の投稿・有料広告・電子メールマーケティングなどと併用する

ことでさらなる売上獲得のチャンスを手にすることができます。

ブランド構築目標

あなたはオーディエンスから認知される必要があります。ソーシャルメディアのプレゼンスを維持しながら新しいマーケティングメソッドを採用することでよりオーディエンスに認知されることになります。

ソーシャルメディアマーケティングは、あなたのビジネスのブランド認知のスタート地点とも言えます。すべてのソーシャルメディアは、それぞれ特定のコンテンツタイプに特化しています。

そのような中でストーリーは今最もホットで有望なメソッドとして注目されています。

Facebook と Instagram において、ストーリーは現在大きな露出を可能にしています。

あなたが適切な興味深い問題解決のストーリーを組み立てることができれば、あなたのブランド認知とブランド力強化に大きく貢献することができます。

あなたが定期的に素晴らしいコンテンツを公開することができれば、遠からずあなたのブランドについて口コミが拡散することでしょう。

魅了的なストーリータイプ

特定のコンテンツタイプは、その他のタイプよりあなたが狙いを定めたマーケットにチアして高い関心を集めることができます。

あなたのオーディエンスが好むものを知ることは、あなたのストーリーがより多くのオーディエンスを巻き込むことだけではなく全体的な成功にとっても重要です。

あなたのオーディエンスが求めるコンテンツと情報を使ったストーリーを組み立てて公開することでより多くのオーディエンスを深く巻き込むことが可能となります。

あなたのオーディエンスを深くあなたのストーリーへ巻き込むためいくつかの提言をさせていただきます。

必ずトラッキングツールを使って結果を計測してあなたのオーディエンスにはどのようなストーリーが効果的なのかを識別してください。

これからシェアする提言には実際のステップをお話ししているので効果的なものを識別したら後は同じステップを繰り返すだけで大きな成果を無駄なく手にすることができます。

舞台裏

ビデオやイメージを用いる舞台裏では、オーディエンスにあなた・あなたの価値観・あなたの商品などを知っていただくことにフォーカスしています。

あなたのストーリーにあなたのビジネスや商品のロゴを配置することで、あなたへの信頼獲得とブランド認知に大きく貢献することができます。

あなたがゼロから起業して成功するプロセスをストーリー仕立てにすることもできますし、あなたの会社のスタッフがどのような思いで仕事をしているのかをストーリーとしてシェアすることも効果的です。

あなたが新商品を開発しているとき、ストーリーとして開発状況のプレビューをオーディエンスへシェアしてください。

あなたがウェビナーやライブイベントをホストしているなら、その要約またはティーザービデオを作成してストーリーを組み立てて実際のウェビナーやライブイベントへ参加するよう促すことができます。

あなたが狙いを定めたオーディエンスがあなたを知り信頼しているという感情が生まれることで、あなたのブランド力は強化されより多くの売上獲得やリピーター化さらにはあなたのストーリーを友達にシェアしたいと感じるようになります。

情報価値のあるデモンストレーション

デモンストレーションは、商品やサービスを販売する理想的な方法です。商品に関するヒント・ハウツーなどの情報を一連のテキストを配したイメージを用いてストーリーを組み立ててください。

勿論、ビデオはより高い効果を生むでしょう。

加えて、デモンストレーションはあなたの専門性を披露する方法として最適です。あなたが狙いを定めたニッチの住人たちが直面している主たる問題を提議してください。

例えば、あなたがツールを販売している場合、メジャーな機能をストーリー仕立てにして定期的に投稿することでより多くのフォロワーを獲得することができます。

このようにツールの販売やクラウドベースのツールサービスを販売している場合には、デモンストレーションは極めて効果的です。

その気にさせるティーザー(予告編)

人は新作映画の予告編が大好きです。大きな商品のスニペット（要約）をストーリー化してください。

商品の全貌を知ることのできるウェブサイトへの **URL** を配置した強固なコールツーアクションを含めてください。ティーザーの役割は全貌を開示するのではなく予告編的に見どころを抽出することでオーディエンスをその気にさせることを意図して開発します。

だからこそ、ティーザーストーリーを目にしたオーディエンスが最終的に全体像をどうしても知りたいと思わせることが重要です。

他にはないオファー

ストーリーは、特定のグループまたは素早く動くオーディエンスに対して他にはない期間限定オファーを提供する素晴らしい方法です。

クーポンコードを使って組み立てたオファーの成否を追跡してください。クリスマスやバレンタインデーなど毎年繰り返されるイベントに合わせてストーリービデオを収録してください。

これらのイベントは毎年繰り返されるので再利用をすることができとても効率的です。オーディエンスに対して今すぐ行動する合理的な理由を提供することができれば、あなたのフォロワーは確実に増加します。

他にはない期間限定や数量限定オファーは、まさに彼らが今すぐ行動すべき最高の理由となります。

ユーザー作成コンテンツ

ユーザーが作成したコンテンツは、あなたのビジネスに関する口コミを拡散することに役立ちます。

あなたのウェブサイト・ブログ・ソーシャルメディアアカウントに常井に新しいコンテンツを供給することであなたの負担を軽減してくれます。

さらに言えば、あなたではなく第三者のコンテンツでありオーディエンスもより真実味を感じる効果があります。

コンテストを開催してイメージ・キャプション・ビデオなどを収録して最高のコンテンツを用意してストーリーを組み立ててください。コンテスト参加者に依頼してレビューやお客様の声をビデオで収録してください。

しばしば尋ねられる質問と回答をコンテンツ化してください。あなたのブログへゲストブロガーを招待することができます。参加者に対してフィードバックをあなたに提供できるようにしてください。

あなたのソーシャルアカウントを任せるテイクオーバーを招待することもできます。**Instagram** において熱心にあなたをフォローする人に注意を払ってください。

彼らにあなたのアカウントを **24** 時間任せ彼らの感想などのコンテンツを公開するよう働きかけてください。そのようにすればあなたはコンテンツ投稿から **24** 時間開放され別の事柄に時間と労力を割くことができます。

アンケート調査&投票

あなたのオーディエンスについてより学ぶことでより良いサービスを提供してください。彼らにどのような手助けが必要なのか尋ねてください。

あなたの次の新商品に付帯するオプションに関するオーディエンスの意見を集めてください。可能なオプションの中から好きなものを投票してもらうことができます。

アンケート調査や投票に参加してくれる人に賞品を用意することで彼らに興味を持ってもらい深く巻き込むことができます。

人によってはアンケートや投票を嫌う人もいます。もし、あなたのオーディエンスがフィードバックを積極的に提供してくれない場合、楽しい活動を通じてフィードバックを引き出すようにしてください。

参加できるだけで楽しくなるイベントを検討するとき、必ず賞品などを準備してください。

あなたはストーリーがなぜそれほど強力なのかを理解し、そのようなストーリーフォーマットが効果的なのかを知ることができました。

次は、**Facebook** と **Instagram** についてもう少し深く掘り下げてゆきますが、まずは **Instagram** ストーリーからはじめましょう。

Instagram ストーリー

Instagram は、若いオーディエンスだけでなく、ビジュアルコンテンツを好み、最新のトレンドに興味を示す高齢のオーディエンスにも人気が高い傾向があります。

新しいストーリーを組み立てるには、あなたのプロフィールページまたはホームスクリーンのストーリー列のプロフィール写真をタップ（クリック）してください。

これでカメラが起動します。スクリーン下のボタンを使って写真を撮影するか直近 **24** 時間のカメラロールから **1** つを選択してください。

ホーム画面の左上にあるカメラアイコンをタップすると、いつでもあなたのストーリーに追加することができます。次に、” **+** あなたのストーリー ” ボタンをタップしてストーリーへ追加してください。

イメージフォーマット

Instagram ストーリーは、ポートレートビュー（垂直）とランドスケープビュー（水平）のいずれかで表示することができます。

ただし、画面に合わせてイメージをフォーマットします。これは、あなたのイメージが切り取られるまたは写真の上下左右に空のバーが付け加えられることを意味します。

これら空のバーにテキスト・ステッカーなどその他のコンテンツを配置することができます。

Instagram の最適な写真サイズは、**520 * 520** ピクセルです。ビデオは **15** 秒です。これらの仕様に基づいてコンテンツを計画し撮影してください。

ストーリー録画オプション

ストーリーカメラを開くと、シャッターボタンの下にさまざまな録画フォーマットが表示されます。

ノーマルは通常の写真またはビデオで、規定値として設定されています。ボタンをタップすることで写真を撮影するか **15 秒間**のビデオ録画をすることができます。

ブーメランは、ループで数秒前後再生される前後する **GIF** スタイルのビデオです。あなたのオーディエンスを驚かせるための楽しい効果です。

リwind（巻き戻し）は、逆方向にしか再生されないビデオに似ています。この効果もオーディエンスを楽しませてくれます。

ハンズフリーパーフェクトは、**15 秒**のビデオ録画はボタンを押し続けることなくハンズフリーで行うことができます。

タップするだけで停止するまで録画を続けることができます。できれば三脚を利用することでぶれない撮影を行うことができます。

ライブストーリー

左にスワイプして”ライブ” オプションをタップし”ライブビデオスタート” をタップすると、あなた自身をフォロワーに向けてブロードキャストしはじめます。

あなたのフォロワーはあなたがライブビデオをスタートするとお知らせが送られます。

あなたの判断でお知らせをオフにすることもできますが、ライブビデオはターゲットオーディエンスと相互に交わる絶好のチャンスなのでオフにしないことをお勧めします。

あなたがライブビデオをスタートするときは、あなたがライブ状態であることをメッセージとして投稿して参加を呼び掛けてください。

ライブイベントのカレンダーを作成すると、あなたのフォロワーは事前にあなたのライブビデオの上映予定を知ることができます。

ビジネスとパーソナル両方のアカウントでライブビデオを上映することができます。ビデオを放送中に、オーディエンスはリアクションやコメントを送ることができます。

ただ、あなたがこのオプションをオフにしている場合にはリアクションやコメントを受け付けません。ライブビデオは、あなたのフォロワーとリアルタイムで繋がりながらあなたのビジネスの人間的な側面を見せることのできる卓越したツールです。

Instagram は、あなたのライブ放送をビデオファイルとしてカメラロールへ保存することもできます。

ただし、コメントやリアクションは保存できないことを覚えておいてください。次の **24 時間** は、保存したライブビデオをストーリーに追加することができます。

あなたのマーケティングの一部としてライブビデオを活用するには、Instagram ストーリーと併用することを検討してください。

スタンドアウトするストーリーの要素

Instagram には、スナップチャットレンズに似たクールな機能が沢山あります。

デコレーション・フィルター・ステッカーなどの要素を使用するイメージをカスタマイズすることができます。

カスタマイズすることであなたのオーディエンスを引き寄せイメージをより意味深く記憶に残るものにすることができます。

勿論、テキストをツールを使ってあなたのストーリーに新しい局面を加えることもできます。

写真またはビデオを撮影したら、左または右へスワイプすることでさまざまなフィルターを使ってあなたの Instagram コンテンツの色やコントラストを変更してあなたの意図に沿ったものに仕上げるすることができます。

黒と白などの基本的なオプションが実装されています。

右上に配置されているテキスト・ペン・ステッカーツールは、あなたの想像力の流れを可能にします。異なる色でテキストの異なるレイヤーを追加することもできます。

異なるエフェクトを付与するペンもあります。スクリーンの左側であなたが最も気に至ったものを選択することができます。

一番上には、間違いを消すための消しゴムツールが配置されています。または、”アンドゥー”をクリックすると直前の状況に戻すことができます。

写真の特定エリアを強調したりテキストを強調したいときにはペンストロークを利用することができます。

ステッカーツールは、アイコンを写真に貼り付けることができます。現在の気温・時間・日にちなどさまざまなカテゴリーの中から選択することができます。

よりパーソナルなストーリーを組み立てたいときは絵文字などを利用することもできます。

あなたのロケーションでストーリーにタグ付けすることができるのでパブリックストーリーへ追加して”エクスプローラー”タブから閲覧することができます。

この場合、あなたのアカウントがプライベートに設定されていなければあなたのロケーション近くにいる誰でも見ることができることを意味します。

これらのエレメントを写真とビデオの両方に追加することができます。ビデオの場合、スクリーンの特定の場所にエレメントを”ピン”して特定の場所に固定することができます。

エレメントをタップ&ホールドして特定の場所に”ピン”することができます。いつでも場所を変更することができます。これは人物のようにスクリーン上のものにラベル付けできる便利な方法です。

タイプモードは、クリエイティブなテキストと背景を使ったストーリーを投稿することができます。

ストーリー内の一番下のスクロールメニューへ移動すると、ライブ・ノーマルなど他のオプションが表示されます。

これは、あなたのストーリーのカバーページまたはストーリー内のエレメント間のページをコンテンツの紹介や要約として作成するのに最適な方法です。

フェイスフィルター

もし、あなたが **Snapchat** (スナップチャット) を利用したことがあれば、フェイスフィルターとスナップチャットレンズが似ていることに気づくでしょう。

フィルターには、デジタルティアラ・動物の鼻・帽子およびその他のアイテムが含まれています。

これらのフィルターは楽しみのエレメントを追加し、イメージをアニメーション化するものもあります。**Instagram** は、定期的に新しいフィルターを追加しているので定期的に更新状況を確認してください。

あなたのイメージまたはビデオにフィルターをかける前にフィルターをプレビューしてから選択することができます。

あなたが **iPhone** を使っているならフロントとバックカメラを比較して慣れるまでいじってみてください。

すべてのオプションとツールを習得するには多少の時間がかかるでしょう。あなたのビジネスに最もフィットするものを見つけるためにじっくりと検証してください。

あなたがエフェクトを実験すればするほどどの組み合わせがあなたのオーディエンスを最も駆り立てることができるのか理解することができます。

タグとハッシュタグ

多様なタイプがあるタグは、オーディエンスがあなたのコンテンツを見つける助けとなります。ストーリーで利用する最も人気のタグは、名前タグ・ロケーションタグ（ジオタグ）・ハッシュタグです。

Instagram ストーリーで人にタグ付けするには、”@”記号をタイプしてその人のユーザー名を入力してください。その人はオートタイプオプションとして表示されます。

当該人物を見つけたらその人のプロフィール写真をタップしてください。その人にはあなたのストーリーを見た人のリストに加えられたというメッセージが送られます。

ハッシュタグについては、ステッカーボタンをタップしてからハッシュタグをタップするか、テキストツールを使用してハッシュタグを入力してください。

Facebook と **Instagram** への投稿と同様に、ユーザータグとハッシュタグはあなたのストーリーへのリンクとして機能しタップすることでより多くの情報を見ることができます。例えば、オーディエンスが” **Facebookpettoys**”をタップし、あなたのストーリーが最新のペット玩具について話していれば、あなたのフォロワーではない人でもあなたのコンテンツを見ることができます。

// ステッカーとテキストの削除

あなたがあなたのステッカーの配置やテキストの追加に満足していない場合は、削除するステッカーやテキストをタップしてホールドしてください。次に、画面の下部中央のごみ箱アイコンへドラッグしてください。あなたが実際に何かをドラッグし始めるまで、ごみ箱は実際に画面に表示されないことに注意してください。

// 保存・シェア・返信

ストーリーはあなたのアカウントに **24** 時間しか表示されませんが、**Instagram** はストーリーのアーカイブをはじめたので必要に応じて繰り返し使用することができます。右下にあるプロフィール写真をタップし、上部にあるアーカイブアイコンをタップしてください。（反時計回りの時計のように見えます。）そして再訪したいストーリーを選択してください。

また、あなたのストーリーをハイライトすることで **24** 時間以上有効にすることもできます。あなたがハイライトを解除するまでプロフィールページに当該ストーリーは残り

ます。あなたのアカウントへ署名した人への紹介として保存しておくことに最適です。

Instagram は、ストーリーを保存するために **2** つのオプションがあります。保存するための最初の選択肢は、ストーリーを構成する写真またはビデオ **1** つ **1** つを保存する方法です。

もう **1** つの選択肢は、ストーリー全体を保存する方法です。ストーリー全体を保存する場合、**Instagram** はあなたのカメラロールへ保存する前にビデオとしてレンダリングします。

あなたは必ずしもストーリー全体を保存する必要はないかもしれませんが、この機能はあなたが毎日ストーリーと活動を収録して保存しておきたい場合に役立ちます。

Instagram の通常の投稿としてあなたのストーリーを構成している写真またはビデオをシェアしてください。

あなたがシェアしたいアイテムへ向かってください。”...” ボタンをタップして” 投稿としてシェア” を選択してください。

これにより **Instagram** 投稿ウィンドウにアイテムが表示され。ここでは通常の投稿と同じようにフィードへシェアする前に編集することができます。

シェアと返信オプションについては、誰からでもすべて・あなたのフォロワーのみ・誰からも拒否の中から選択することができます。

この設定はいつでも変更することができます。ストーリーを投稿した後からでも変更することができます。”...”ボタンをクリックしてオプションを確認することができます。

もし、あなたが特定の人にあなたのストーリーを見て欲しくない場合、設定ボタンをタップしてください。あなたがブロックしたいユーザーを選択してから”ストーリーを隠す”をタップしてください。

他の人のストーリーを閲覧してください。ストーリーを見たら画面の下部にある”メッセージを書く”フィールドをタップしてそのユーザーにプライベートメッセージを送信してください。

もっと視覚的なアイテムを送信したいですか？その場合、写真またはビデオを返信することもできます。

メトリック

あなたのストーリーを投稿すると、誰が閲覧したかを見ることができます。”山田太郎と 12 名”のように画面の一番下に表示されます。

あなたのストーリーを見たすべてのユーザーの完全なリストを表示するにはそこをタップしてください。

画面上部に、あなたのストーリーがサムネイルイメージで分解されます。あなたのストーリーを構成するそれぞれのエレメントのサムネイルをタップするとそれぞれのエレメントのメトリックを表示させることができます。

感覚ではなく統計値に基づき何かユーザーをクリックに駆り立てたのかまたは見るのを止めたのかを識別することができます。

Facebook ストーリー

Facebook ストーリーは、あなたのモバイルニュースフィードの一番上に表示されます。ストーリーをシェアそして読むには**2**つの方法があります。これは、”ダイレクト”メッセージリンクまたは”ストーリー”リンクから行うことができます。

ダイレクトは、ニュースフィードの左上にあり、あなたへダイレクトにストーリーを送信されたものを閲覧することができます。

そして紙の飛行機アイコンをタップすることであなたのストーリーへの返信を閲覧することができます。ダイレクトストーリーをはじめるには、イメージまたはビデオから始める必要があります。

逆に、メッセージャーを使用する場合、テキスト・画像またはビデオでストーリーをはじめることができます。あなたのストーリーは、あなたの連絡先のニュースフィードの一番上に表示されます。

あなたのストーリーのサムネイルを丸く表示されタップすることでそれぞれのストーリーを閲覧することができます。それらストーリーは**24**時間まで閲覧することができ、もし望むならストーリーを通じて返信することができます。

目のアイコンをクリックすることで誰が当該ストーリーを閲覧したのか確認することができます。より多く閲覧されるほどあなたのストーリーは成功していることになります。

Facebook ストーリーの組立

ストーリーを組み立てるには、あなたの携帯電話からイメージ・ビデオまたはコンテンツが必要となります。

ニュースフィードの上部にある”+”アイコンをクリックしてストーリーを始めてください。Facebook カメラをタップしてください。必要に応じて写真やビデオを撮るかあなたのカメラロールからコンテンツをアップロードしてください。

完了したら、ダイレクトアイコンをクリックして”写真/ビデオの送信”と表示された青いボックスをクリックすると、あなたのストーリーがライブになります。

編集

あなたの画像を編集する必要が発生することがあります。カメラモードでは、さまざまな画面コントロールがあります。上から順に時計回りに移動すると下記のようになります。

- 再スタート
- カメラロールから写真またはビデオを使う

- フラッシュコントロール
- イメージ取得
- カメラ方向変更
- もっとフィルター/デコレーション
- フィルター/マスク追加

写真とビデオはポートレート形式になります。ビデオの長さは最大 **20** 秒です。

コンテンツを用意したら、フィルター・マスク・テキストまたはドゥードル（落書き）を追加することができます。次の画像に移動する前にカメラロールに各画像を保存しておいてください。

Facebook ストーリーは、幅広い特殊効果を提供しています。ぜひ、時間があるときにすべての特殊効果を試してみてください。

しかしながら、あなたのイメージを大量に保存するとどれがどれなのか混乱するのでミニマリストの観点で絞り込んでください。特殊効果を多用し過ぎるとオーディエンスを混乱させ画像やビデオの目的が不明瞭になってしまいます。

あなたの主たる目標は、あなたのビジネスをできる限り最良の姿で提示することです。プロフェッショナルでもなく誇らしげにも見えない、つまりスタンドアウトできないものは避けるべきです。

あなたのブランドのカラースキームに拘りブランド認知を向上させることを心がけてください。

テキストオーバーレイは、おそらく最も重要なツールとなります。カバーページ・セクションページ・イメージのキャプションなどを作成するのに利用することができます。

ペイントブラシとペンツールを使ってストーリーのアイテムを強調することもできます。

Facebook ストーリーの公開

Facebook は、3つの公開オプションを提供しています。あなたのモバイルタイムラインに直接1人またはそれ以上の友達/つながり（”@”シンボルと彼らの名前を使って）またはあなたのストーリーにコンテンツを投稿することができます。

これら多様なオプションは、あなたのストーリーを当該情報に高い関心を寄せる人に送ることを容易にしています。

公開済ストーリーの編集

あなたのストーリーへビデオと画像を投稿してから何か編集する必要があるものがあるかもしれません。

あなたのストーリーをクリックしてストーリーを構成する各写真とビデオのサムネイルにアクセスすることができます。編集したいアイテムに進んでください。

アイテムの上に表示されている”...”をクリックしてください。必要に応じてそれらエレメントを削除または編集することができます。そしてあなたのカメラロールへ保存することもできます。

あなたのアナリティクスを確認

ストーリーの **Facebook** アナリティクスはとても使いやすいです。”あなたのストーリー”をタップして各サムネイルを表示し各ストーリーの統計値を表示することができます。

画面下の目のアイコンは視聴者数を表示します。目をクリックすると、ストーリーを構成するエレメントを視聴した人の名前を表示することができます。

何がうまくいかないのか、または何を繰り返し行いたいのかを識別するためアナリティクスの追跡データを毎日保存してください。

アナリティクスを保存するには、毎日画面キャプチャーを撮ることでああなたの進捗状況を長期にわたって記録することができます。

さらに、アナリティクスの統計値をスプレッドシートに記録することもできます。

このようにすることであなたのストーリーを構成するエレメントの中で最も視聴された画像やビデオそして行動に駆り立てたアイテムを識別することができます。

Instagram と **Facebook** は、写真・ビデオ・テキスト・リンクなどを含む新しいインタラクティブなビジュアルコンテンツとしてストーリーを採用しました。

これらのストーリーは、あなたのビジネスにとって魅力的でインタラクティブな、収益性の高いショーケースとして役立ちます。あなたのストーリーを組み立てるに計画と整理が必要となります。

あなたがより多くの狙いを定めたオーディエンスを引き付け彼らをあなたが目標とする行動へ駆り立てることができるので効果性は十分に価値あるものです。

あなたのビジネスへ **Instagram** と **Facebook** ストーリーを使用する方法について多くを学び発見をしていただきました。

視覚的に魅力の高いストーリーは人気が高まっているだけではなく日々新しいテクノロジーが開発され続けている中であなたのビジネス戦略に今すぐストーリーを採用することが重要です。

あなたの成功を祈願します！