

SNS集客戦略 - ビジュアル定義

hair_salon_cocoro

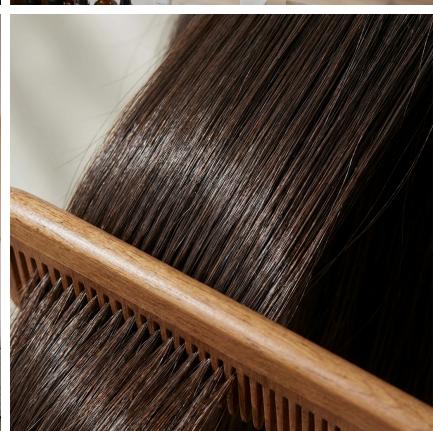
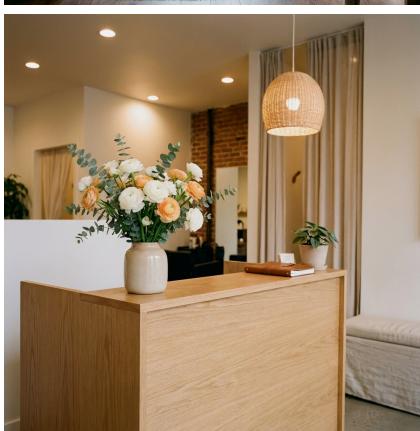
150 posts 1.2k followers 320 following

名古屋市天白区 / 完全予約制プライベートサロン 🎵

30代からの「髪質改善」と「癒し」の空間 🌿

ご予約はプロフィールリンクから 👇

▼ Instagram フィード投稿イメージ（世界観の統一）



「白・茶・緑」のトーン＆マナーで統一し、全体として「上質で落ち着いた」印象を与えます。
施術写真だけでなく、空間やアイテムの写真を織り交ぜることで、カタログ感とライフスタイル感の両立を図ります。

2. プラットフォーム運用方針 & コンテンツ

InstagramとTikTok、それぞれの特性に合わせた「攻め」と「守り」の使い分けを行います。

Instagram : 集客の要（守り～攻め）

役割	「カタログ」&「信頼醸成」 来店前の最終確認に使われるため、世界観の完成度が最重要。
ターゲット	30～50代女性（既存客のリピート促進 + 新規指名検索）
投稿内容	<ul style="list-style-type: none">• フィード(3列意識):<ul style="list-style-type: none">・左列: ヘアスタイル（技術）・中列: 空間・インテリア（癒し）・右列: 商品・ケア知識（信頼）• ストーリーズ: 空き状況を毎日配信し、ザイオナス効果（接触頻度）を高める。• リール: 静止画スライドショーで見せるBefore/After。

TikTok : 認知の拡大（攻め）

役割	「認知獲得」&「拡散」 フォロワー外へリーチし、潜在顧客を発掘する。
ターゲット	美容関心層全般（エリア外含む広域）
投稿内容	<ul style="list-style-type: none">• ASMR系: シャンプーの水音、ハサミの開閉音（言語不要で癒される）• お悩み解決: 「白髪が気になり始めたら？」「正しいドライヤーのかけ方」• 検証系: 「市販シャンプーとサロンシャンプーの違い」など

3. タグ戦略 & アクションプラン

ハッシュタグ選定 (Instagram)

● 地域タグ（最重要）

#名古屋美容室 #天白区美容室 #植田美容室 #原駅美容室 #日進美容室

※商圈内（車で20分圏内）の駅名・地名はすべて網羅します。

✖ 特徴・お悩みタグ

#マンツーマンサロン #プライベートサロン名古屋 #髪質改善トリートメント #ヘッドスパ名古屋 #白髪ぼかしハイライト #脱白髪染め #大人ショートボブ #40代ヘアスタイル

実践アクションプラン

フェーズ	具体的アクション
開業前 (～1ヶ月)	<p>① 9投稿のストック作成 アカウントが動いた瞬間に「何のお店か」わかるよう、最初の9枚（3列分）は一気に投稿する。</p> <p>② 近隣ご挨拶まわり（SNS上） 近隣店舗（カフェ、パン屋等）をフォローし、地域コミュニティに認知させる。</p>
開業直後 (～3ヶ月)	<p>① UCC（ユーザー投稿）の促進 来店客に「店内の写真を撮ってストーリーに上げてもらう」仕掛けを作る（次回特典etc）。</p> <p>② 毎日ストーリーズ 「おはようございます」だけでもOK。店が生きていることを可視化する。</p>
安定期 (4ヶ月～)	<p>① リール強化 フィード投稿の素材を動画編集し、発見タブへの露出を狙う。</p> <p>② LINE公式アカウント連携 インスタからLINE予約へ誘導し、再来店システムを自動化する。</p>