

ホテルのための

Instagram

運用チェックリスト



#### はじめに

#### ホテルにとってのInstagram運用の必要性・重要性について

近年、SNSは人々の情報収集における重要なツールとなっており、特にInstagramは視覚的な魅力を伝えるのに非常に適しています。特にホテル業界においては、客室の雰囲気、料理の美しさ、周辺の景観など、写真や動画で魅力的に伝えられる要素が多く存在します。ユーザーが投稿した写真や動画(UGC:ユーザー生成コンテンツ)などを活用して、認知拡大や予約獲得に取り組むホテル様も多い今、時代に取り残されないためにも、Instagram運用は現代のホテル経営において不可欠な要素と言えるでしょう。

### 運用の上で大切なこと・本書について

### 投稿するだけじゃ成果は出ません。 戦略的に使うのがコツ!

### 大切なことは数多くありますが、例えば以下のような点が重要です!

- 1 明確な目的とゴールの設定
- 3 アカウント設計
- 5 質の高いコンテンツ制作
- ⑦ 効果測定と改善 (PDCA)

- 2 ターゲットの明確化
- 4 アルゴリズムの理解
- 6 エンゲージメントの促進
- 8 他のチャネルとの連携

# 大切なポイントを4つに分けました。できることから始めてみてください!

- (01) 賞まずはここから
- アカウントの基本設定
- コンテンツの基礎
- ●連携の第一歩

- (03) ② 基礎はバッチリ
- ・明確な戦略
- 多様なコンテンツ活用
- アルゴリズムを意識した運用
- 積極的なコミュニケーション
- 分析と改善

- (02) ここまでできたら安心
- 目的意識
- コンテンツの充実
- 効果測定の習慣づくり
- 顧客接点の強化
  - 04



#### 一歩進んだ運用へ

- ・明確な戦略
- 多様なコンテンツ活用
- アルゴリズムを意識した運用
- 積極的なコミュニケーション
- 分析と改善



Instagram運用の第一歩は、基本の確認から。 土台が整えば、その後の運用もスムーズに! 「まず」整えるべき8つのポイントを 一緒にチェックしましょう!



## アカウントの基本設定

- プロフィールが適切に設定され、ホテル名、所在地、紹介文、 ウェブサイトへのリンクが記載されている
- 図 アイコン画像はホテルを象徴するものが設定されている

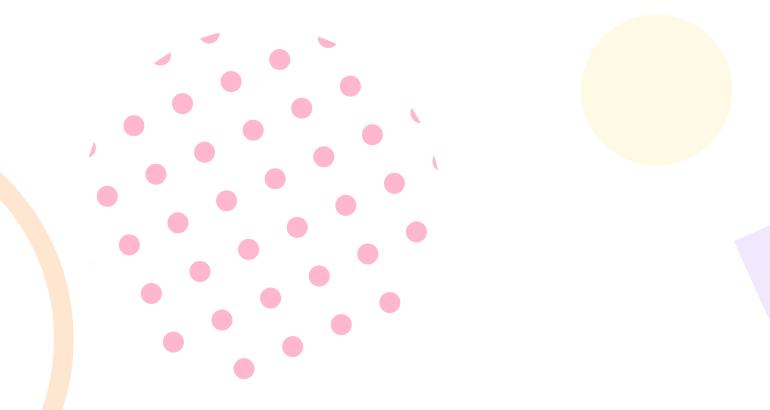
### **プ**コンテンツの基礎

- 図 投稿する写真や動画は一定の画質を保っている
- ☞ 週に2回以上はフィード投稿またはストーリーズ投稿を行っている
- 図 投稿には関連性の高いハッシュタグを複数つけている
- 図 投稿されたコメントには目を通している





図 ウェブサイトにInstagramアカウントへのリンクを設置している







### \*\*\*ここまでできたら安心

基礎が整えば、運用の成果も見えやすく。 まずはここまで押さえましょう。 これができていれば、もう安心です!





### 一こまでできたら安心

- ☑ Instagram運用の目的が社内で共有されている
- 図 ターゲットとする顧客層を意識してコンテンツを作成している。
- 図 アイコン画像はホテルを象徴するものが設定されている



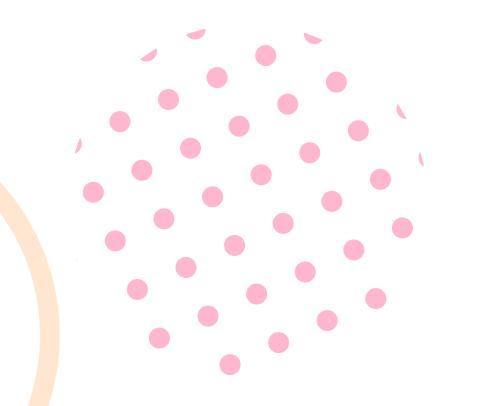
図 投稿する写真や動画に簡単な説明文(キャプション)をつけている

ストーリーズ機能を活用し、日常的な情報発信やアンケート などを実施している



### 対果測定の習慣づくり

過去の投稿のエンゲージメント(いいね、コメント、保存など) を定期的に確認している

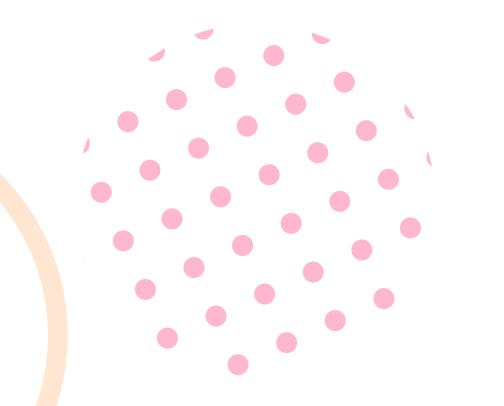








ボテル内にInstagramアカウントを紹介するツール(QRコードなど) を設置している





### ② 基礎はバッチリ

ここまでできていれば、効果的な運用が 本格化!

次は"成果を出す工夫"へ。



### ② 基礎はバッチリ

### 明確な戦略

- Instagram運用における具体的な目標(KPI)を設定し、定期的に 数値で効果測定を行っている
- ターゲット顧客のニーズや興味関心を深く理解し、 それに基づいた企画・コンテンツ作成を行っている



### 多様なコンテンツ活用

- フィード投稿だけでなく、ストーリーズ、Reels、ライブ配信など、 多様な機能を効果的に活用している
- 投稿するコンテンツの雰囲気(トンマナ)を統一し、 ブランドイメージを明確にしている

## アルゴリズムを意識した運用

- 保存率やホーム率といったInstagramのアルゴリズムが重視する 指標を意識した投稿作りを心がけている
- プロフィールアクセス率やフォロワー転換率を定期的に確認し、 改善を図っている



### **| 種極的なコミュニケーション**

- ユーザーからのコメントやDMには積極的に返信し、双方向のコミュニケーションを図っている
- UGC(ユーザー生成コンテンツ)を積極的に活用する施策 (投稿のシェア、キャンペーンなど)を実施している



### 分析と改善

- 競合ホテルのアカウントを分析し、自社アカウントの 改善に役立てている
- Instagramの分析ツールを活用し、投稿ごとの効果を分析し、 改善に繋げている





データと戦略を活かして、Instagramを "成果を生むツール"に。









- 詳細なペルソナ設定を行い、より具体的な顧客像を意識した情報発信を 行っている
- ガスタマージャーニーマップを作成し、顧客の行動を深く理解した 上でのコンテンツ戦略を立てている
- ☑ Instagram広告の活用を検討し、より効率的なリーチ拡大を図っている
- インフルエンサーマーケティングを活用し、認知度向上や 新規顧客獲得を目指している





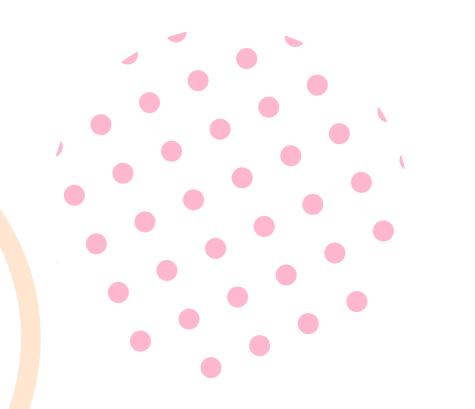
- Instagramの分析ツールを深く活用し、エンゲージメントの高い コンテンツの共通点などを分析している
- ☑ Instagram経由の予約数をトラッキングし、費用対効果を測定している
- ウェブサイト分析ツール(GA4など)と連携させ、Instagramから の流入後のユーザー行動を分析し、予約率向上に繋げている
- A/Bテストなどを実施し、効果的な投稿内容やクリエイティブを 検証している





Instagramで得た顧客の声(コメント、DMなど)を サービス改善に活かしている

図 濃いファンコミュニティの形成を目指した企画を実施している。











多言語での情報発信を行い、インバウンド需要の 取り込みを図っている

### ホテルのInstagram運用の課題

### ホテルがInstagram運用を行う上で、 以下のような課題に直面することがあります。

#### 情報不足

Instagram運用の最新トレンドや 成功事例に関する情報が不足して おり、どのように運用を改善して いけば良いか迷ってしまう。

#### 人手不足

魅力的なコンテンツの継続的な作成、ユーザーとのコミュニケーション、効果測定などに十分な時間を割けない。

#### ノウハウ不足

どのようなコンテンツが効果的なのか、最新のアルゴリズムに合わせた運用方法、具体的なKPI設定の基準などが分からない。

これらの課題を解決するためには、社内での知識習得や、外部の専門家や支援サービスの活用を検討することが有効です。

#### LevGoのサービス紹介

お客様の目標や課題に合わせて、幅広いサポートを提供しております。



LevGoは、ホテル・旅館の集客に特化したSNS運用代行サービスを提供しています。

海外マーケターのみで構成されており、特に中華圏を中心とした

インバウンド市場でのSNS戦略に強みがあります。

多言語対応のコンテンツ制作や、ターゲット市場に合わせた

プロモーション支援も行っています。

### LevGoのサービス紹介

お客様の目標や課題に合わせて、幅広いサポートを提供しております。

- 1 投稿コンテンツの企画・作成
- 3 ユーザーからのコメントやDM対応
- 5 魅力的な写真・動画の撮影

- 2 最適なハッシュタグ選定
- 4 UGC (ユーザー生成コンテンツ) の活用支援
- 6 エンゲージメントの促進

お問合せはこちら