



&
AND BUZZ

**ご利用の手引き
スポンサー向け
(来店体験型スポンサー含む)**

1. 【基本操作】

登録からPR案件募集までの流れを説明します。

2. 【マッチング】

インフルエンサーを探す方法からマッチング成立までの流れを説明します。

3. 【PR効果の最大化】

PR効果を最大化にするコツを、実際の事例を交えながらお伝えします。

- ・適切なインフルエンサーの選定
- ・プロセス（導線）の最適化
- ・顧客の囲い込み

4. 【注意事項】

トラブルを回避するための注意事項をお伝えします。

このように、ページの右上に

重要

が付いているページは、必ずお読みください

既に使い慣れたスポンサー様は、1と2を飛ばしていただき、
3. 【PR効果の最大化】
と
4. 【注意事項】
だけでも問題ございません。

1.【基本操作】

登録からPR案件募集までの流れを説明

✓まずはプロフィール（自己紹介）を完成しましょう。

プロフィール（自己紹介）を完成しないと、サイトの会員一覧には表示されません。インフルエンサーからも一斉送信しか来ない可能性もあります。

✓マイページ（右上アイコン）=>「編集」より自己紹介をご記入できます。

プロフィール（自己紹介）をどういう風に行けば良いかわからないときは、他の会員様、特におすすめユーザの自己紹介を参考すると良いですよ！

✓【自己紹介】では、御社がどのようなサービス・商品を提供しているかを記入しましょう。

✓認証手続きを行きましょう

認証されていないアカウントはメッセージの送信ができません。

✓認証は

- ・電話認証
- ・ご本人確認
- ・SNS認証

がございます。

✓マイページ（右上アイコン）にアクセスし、それぞれの認証手続きができます。

✓案件投稿をしましょう。

インフルエンサー募集の案件投稿をしましょう。

✓「投稿」より案件投稿ができます。

投稿をどういう風に行けば良いかわからないときは、他の会員様、特におすすめユーザの投稿を参考すると良いですよ！

✓**投稿のテンプレート（ひな形）**もご用意しております。一番最後のページの役に立つリンク集に掲載しております。

投稿を定期的に行いましょう！（2週間に1回を推奨しています。）

プロフィール（自己紹介）を更新しても、新着順では表示されませんが、新しく投稿すると、新着順で表示されますし、インフルエンサーへも通知されますので、応募率も成約率もあがります！

2.【マッチング】

インフルエンサーを探す方法からマッチング成立までの流れを説明

インフルエンサーを探しましょう：会員一覧より探す

トップ > 会員一覧

会員一覧

会員検索

一括送信

スポンサー(3125) / 来店体験型スポンサー(326) / **インフルエンサー(9980)** / エージェント(88) / 【公式】(2)

自己紹介あり / 全表示



インフルエンサー

本人認証済 電話認証済
SNS認証済

さくらこはん

スイーツ、パフェ、ケーキ、パンケーキ、果物、カ...



インフルエンサー

本人認証済 電話認証済
SNS認証済

ふなし

ポートレートモデル、サロンモデル、デッサンモデル



インフルエンサー

本人認証済 電話認証済
SNS認証済

UI

はじめまして。ご覧いただきありがとうございます。



インフルエンサー

本人認証済 電話認証済
SNS認証済

sweet.strawberry.cookie

はじめまして(^^) 沢山の

投稿一覧

会員一覧

投稿する

メッセージ

管理

①「会員一覧」=>②「インフルエンサー」=>③「おすすめ順」/「新着順」

インフルエンサーを探しましょう：投稿一覧より探す

トップ > 投稿一覧

投稿一覧

[スポンサー\(1333\)](#) / [来店体験型スポンサー\(126\)](#) / [インフルエンサー\(2240\)](#) / [エージェント\(30\)](#) / [【公式】\(33\)](#)

条件を指定して探す

投稿検索

②

③

投稿をする

[おすすめ順](#) / [新着順](#)

美容、ファッション大好きフリーモデル

無料PR



インフルエンサー

本人認証済 電話認証済

SNS認証済

①

おすすめ

megunekosan



投稿一覧

Instagramフォロワー22000人です。

無料PR



インフルエンサー

本人認証済 電話認証済

SNS認証済

おすすめ

ayutan0528



会員一覧

インスタフォロワー26300

有料PR



インフルエンサー

本人認証済 電話認証済

SNS認証済

おすすめ

sakuratam



投稿する



メッセージ

PRします

無料PR



インフルエンサー

本人認証済 電話認証済

SNS認証済

おすすめ

UI



管理

①「投稿一覧」=>②「インフルエンサー」=>③「おすすめ順」/「新着順」

インフルエンサーを探しましょう：投稿の絞り込み検索

The diagram illustrates the process of refining search results for influencers. It starts with a search result card on the left, which is highlighted with a red dashed box and a red circle containing the number 1. This card features a profile picture, a star icon, and various filters like 'インフルエンサー' (Influencer), '本人認証済' (Verified), '電話認証済' (Phone Verified), and 'SNS認証済' (SNS Verified). A red button labeled '投稿一覧' (View Posts) is at the bottom. A large green arrow points from this card to a filter menu on the right, which is also highlighted with a red dashed box and a red circle containing the number 2. The filter menu allows users to select PR status (無料/有料), region (対応できる地域), and delivery method (配信形態). It includes a search button '指定した条件で探す' (Search with specified conditions) and a '会員一覧' (Member List) button.

条件を指定して探す

美容、ファッション大好きフリーモデル

無料PR

インフルエンサー

本人認証済 電話認証済

SNS認証済

投稿一覧

PR形態（無料/有料）

絞り込みなし

無料PR

有料PR

対応できる地域

オンライン・自宅リモート・郵送

東京都

埼玉県

千葉県

神奈川県

群馬県

閉じる クリア 指定した条件で探す

Instagram 100人です。

会員一覧

①「投稿一覧」=>②「条件を指定して探す」=>絞り込み検索ができる

✓自己紹介（会員一覧）と投稿一覧をご覧ください、気になるインフルエンサーがいました、メッセージを送りましょう！

✓自己紹介と投稿をどういう風にかけば良いかわからないときは、②のところを「スポンサー」か「来店体験型スポンサー」、③を「おすすめ順」にして、おすすめユーザの自己紹介と投稿を参考すると良いですよ！

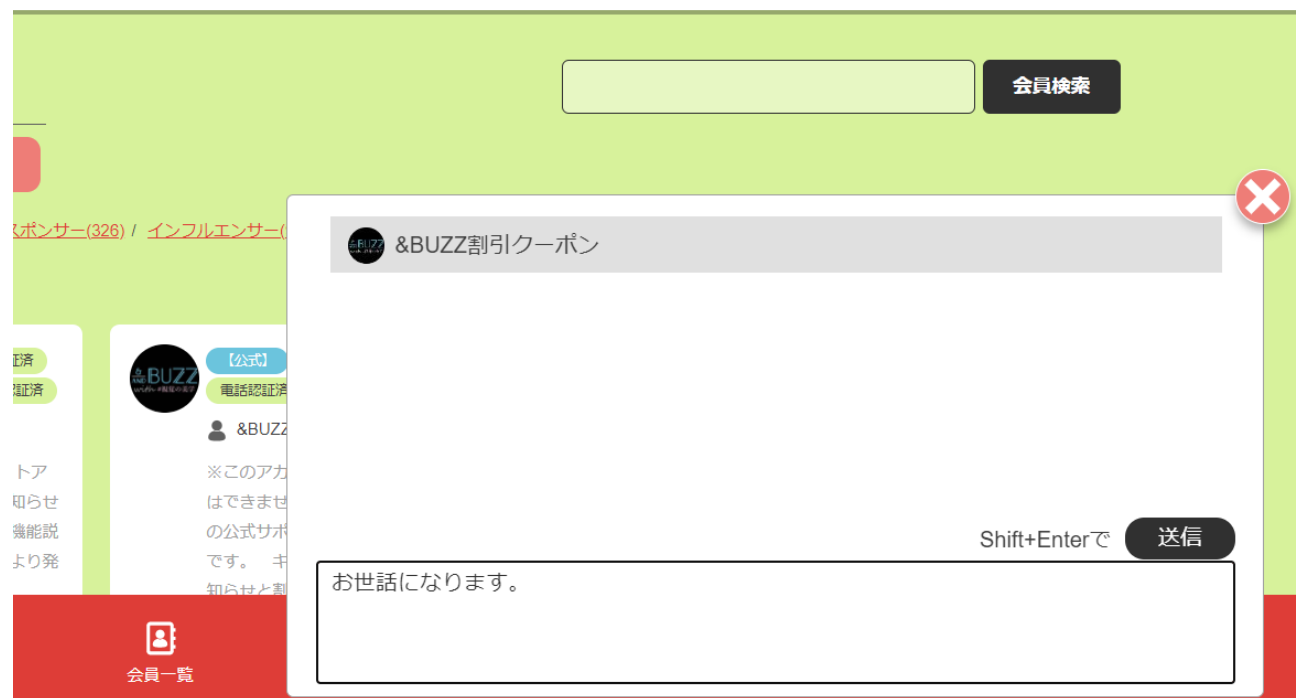
✓【メッセージを送る】ボタンをクリックすれば、チャットが開きます。

✓【メッセージを送る】ボタンは下記3つの場所に表示されます。

①会員一覧

②会員詳細

③投稿詳細





投稿一覧



会員一覧



投稿する



メッセージ



管理

✓「メッセージ」をクリックするとメッセージ画面に入ります。

・メッセージのやり取りがあるユーザのみメッセージ画面に表示されます。

✓メッセージ機能の使い方は

<https://andbuzz.net/subj.0000000007003>

をご参考ください。

✓メッセージの管理画面につきましては

<https://andbuzz.net/subj.0000000009953>

をご参考ください。

メッセージ機能の使い方：一斉送信



①「会員一覧」=>②「一斉送信」=>2つの一斉送信のモードを選択できる

✓【全対象者に一斉送信】

- ・全ての相手に一斉送信。送信可能な全ての対象者が送信対象として加えられます。
- ・「送信」すると、しばらく経ってから「送信完了」のお知らせがでます。
- ・「送信完了」が表示されるまで、リロードしたり、ページを移動したりしないでください。

✓【画面上の相手に一斉送信】

- ・画面上に表示されている会員が送信対象に加えられます。

探す・連絡

条件確認
条件調整

商品発送
サービス体験

✓「会員一覧」「投稿一覧」、検索などで、連絡したいインフルエンサーを探し、チャット機能で連絡を取ります。

✓インフルエンサーから連絡もらった場合は、メッセージ機能でメッセージを確認します。

探す・連絡

条件確認
条件調整

商品発送
サービス体験

- ✓メッセージ機能を用いて、PRを依頼する際の条件などを確認・調整します。
- ✓SNSのアカウントを開示してもらい、採用/不採用の審査を行います。

- ・無料PRか？有料PRか？有料PRはいくらか？支払い条件は？
- ・SNSでの投稿の回数、投稿の要求、指定は？指定のメンション、ハッシュタグは？
- ・いつまでにSNSへ投稿するか？
- ・いつ商品を送付（または来店）か？

探す・連絡

条件確認
条件調整

商品発送
サービス体験

✓条件の確認と調整が終わりましたら、商品の発送/サービスの体験を提供します。

単にPR投稿をインフルエンサーにお願いするだけでは、残念ながら、PR効果がないどころか、商品をサンプル品として無料配布してしまう、もしくは、サービスを無料体験させたことになりかねません。

次の【**PR効果の最大化**】を必ず実行しましょう！

3. 【PR効果の最大化】

PR効果を最大化にするコツをお伝えします



適切なインフルエンサーの選定

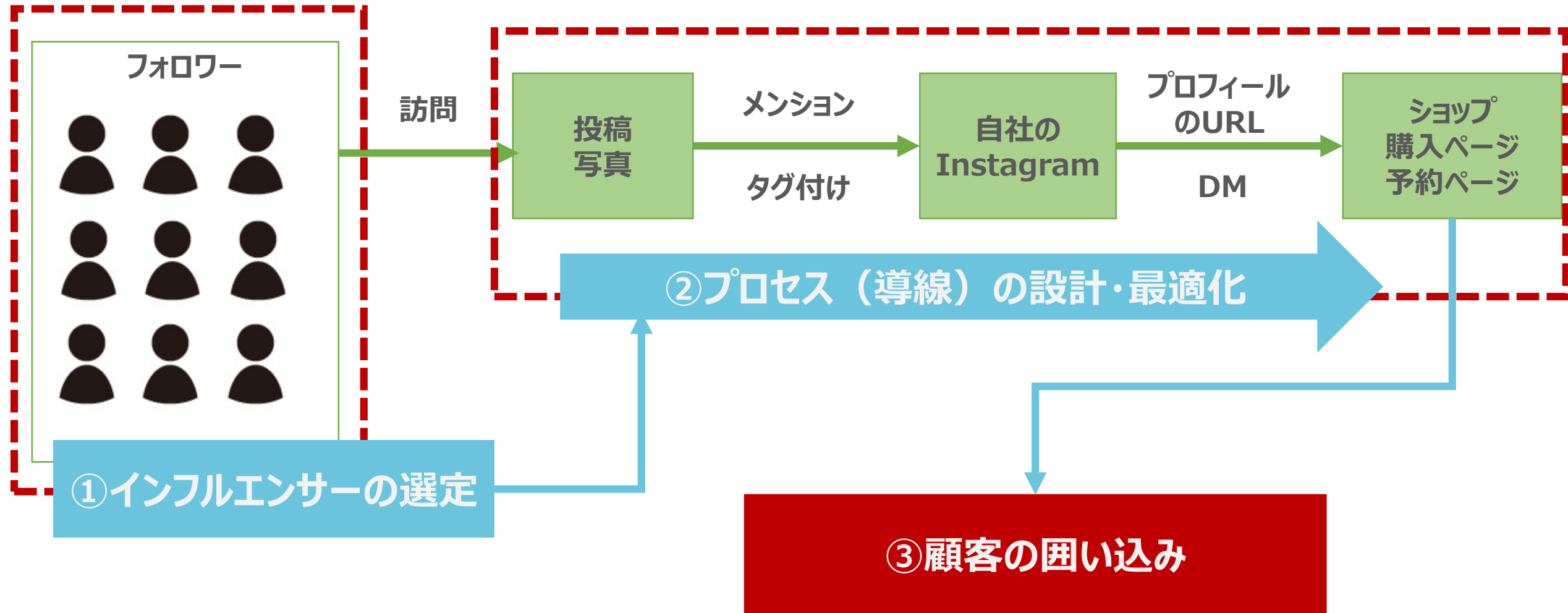


プロセス（導線）の最適化



もれなく顧客の囲い込み（新規・リピーター）

【PR効果の最大化】の全体像





適切なインフルエンサーの選定：簡易3ステップ

重要

& BUZZ

✓STEP1.【応募者のSNSアカウントを確認】

投稿内容、雰囲気、世界観を見ます。自社のイメージに合わないと思ったら、即却下（不採用）にします。

✓STEP2.【フォロワー数をざっくり見る】

事前に決めたフォロワー数の条件があれば、それに満たしていない応募者を落とします。なければ、感覚的に「これはちょっと少なすぎる」と思った応募者を落とします。

✓STEP3.【いいね数とコメント数で反応率を計算する】

いいね数をフォロワー数で割って反応率を計算してみます。反応率が低い応募者を落とします。

例えば、フォロワー数1000人、いいね数が100の場合：
 $100 \text{ いいね} / 1000 \text{ 人} = 10\% \Rightarrow 10\% \text{ の人が反応してくれます。}$

この3ステップで落とされなかった応募者にPR依頼をしましょう。
もしくは、リストアップして、2次選考を行いましょう。

STEP3.で計算した反応率は、エンゲージメント率またはインタラクション率とも呼ばれます。

よく使われるのは、「平均いいね/フォロワー数」か「平均コメント数/フォロワー数」の二つです。

平均は、直近の3投稿でとる場合もあれば、5投稿でとる場合もあります。

少ない投稿数で平均をとる場合、「たまたま反応が良かった投稿」が入っている可能性。しかし、多くの投稿数の平均をとると、手間がかかってしまう=>大体3投稿か5投稿のパターンが多いです。

また、一番新しい投稿はまだ見られていない可能性を考えて、一番新しい投稿を除いた直近の3投稿か5投稿でとることもあります。

キャスティング企業は、応募者をリストアップし、エンゲージメント率を計算した上で、選考を行います
が、そこまで厳密に行うのは非現実的なので、**直感的に、低いと感じた応募者を落としましょう。**

フォロワーの反応を計るエンゲージメント率のような指標とは別に、「フォロワー数対フォロー数」という指標もあります。

この指標は、高ければ高いほど良いとされている。つまり、フォロー数は少ないほど良いのです。

たとえば、「フォロワー数1,000人、フォロー数100人」の場合は、10（倍）となりますが、「フォロワー数1,000人、フォロー数10人」の場合は、100（倍）になります。後者のほうが良いとされているようです。

なぜか？

「相互フォロー」という行為の存在。「フォローしてくれたら、フォローバックするよ」もしくは「フォロワーしたから、私のアカウントもフォローしてね」という行為。「フォロワー」はアカウントの投稿に興味を持っているというより、ただ「自分のフォロワー数を増やしたいから、フォローした」だけなので、PR効果が薄まれる恐れはあります。

✓ プロセス（導線）とは、ユーザがインフルエンサーの投稿から購入ページまでのステップ。

✓ プロセスの最適化とは、投稿から購入ページまでのステップをいかに減らすこと。

✓ 最も簡単かつ有効な方法：

超～～重要

① 自社の Instagramのプロフィール に、HPや購入ページのURLを掲載。

② 投稿の際に、投稿内容でのメンションと写真でのタグ付けを依頼。

※通販の場合は、ショップ機能を利用するか、プロフィールにDMで購入または予約ができると記入。店舗型の場合は、プロフィールに連絡先とともに、予約ができると記入。

※後ほど説明する「特典」があるとGOOD！

導線の設計はビジネスモデルによって大きく異なりますが、
ここではビジネスモデル問わず、最も簡単かつ有効的な方法を紹介しています。

投稿内容にスポンサーのInstagramアカウントをメンションしており、割引クーポンのQRコードも掲載。
次に、スポンサーのアカウントをしてみる

天然石のメゾンドユムロ

天然石アクセサリや
お香、アロマも



sususuki0412 • フォローする



sususuki0412 ◇ 天然石のメゾンドユムロ ◇

今日ご紹介するのは天然石のメゾンドユムロ（@maisondeyumuro）の商品です ☺
最後に割引のQRコードを載せてあります 🍷

●もも瑪瑙ネックレス
パールを添えた桃の形がかわいらしい 🍑
こちらに使われているメノウにはポジティブさをもたらす効果があるんだって ✨

●ミックスルチルタンブルブレスレット
水晶の中に針状の鉱物（ルチル）が閉





maisondeyumuro

フォローバックする



投稿189件

フォロワー1433人

フォロー中3531人

天然石のメゾンドユムロ

商品・サービス

天然石販売店メゾンドユムロです。ツイキャスでもライブをしています。アクセサリ
ーの作成、手直しは800円+素材費で行っています。送付先はこちら〒110-0005 東京
都台東区上野6丁目8番19号オノダ301天然石のメゾンドユムロ宛

maisondeyumuro@gmail.com

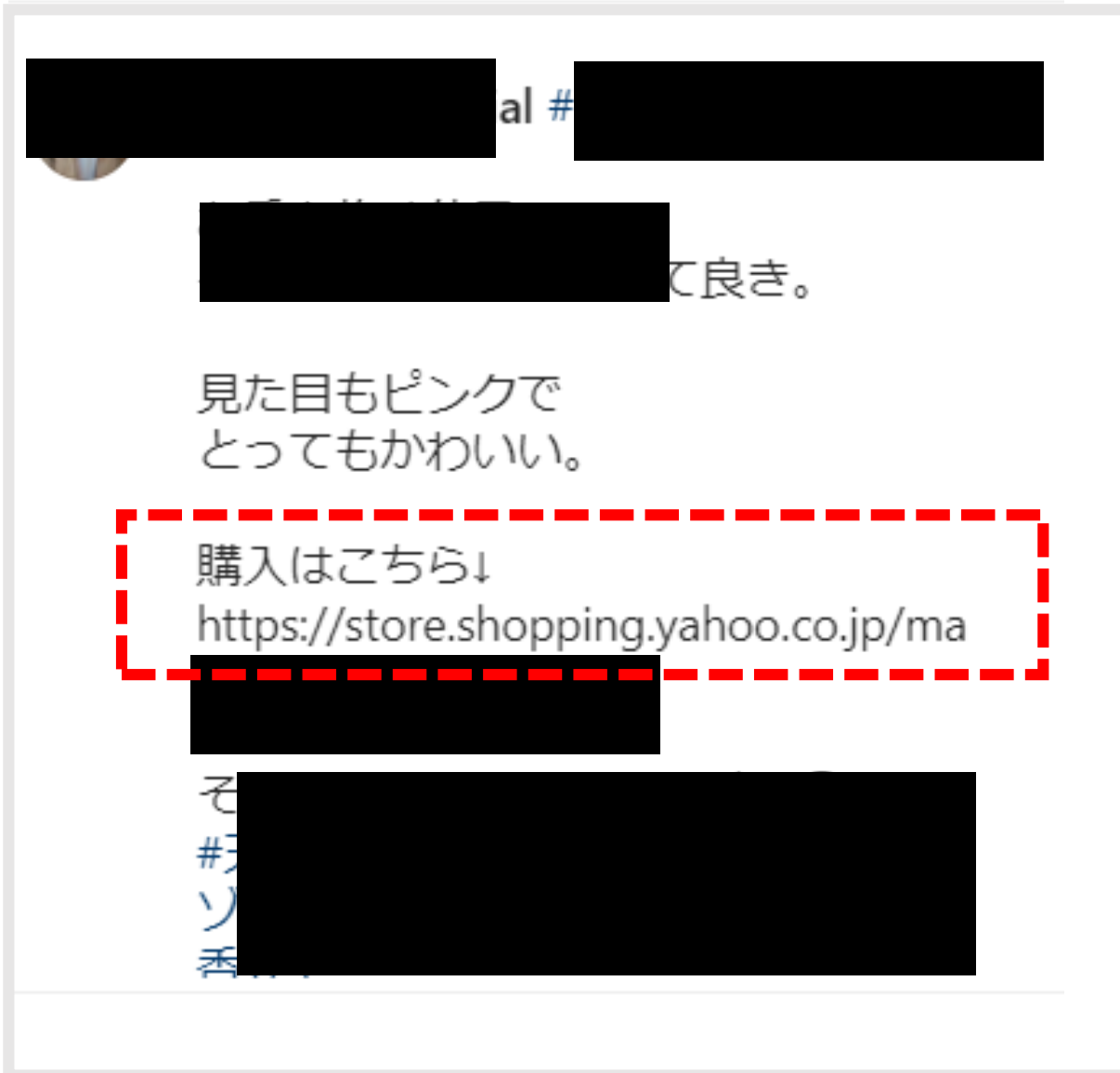
store.shopping.yahoo.co.jp/maisondeyumuro

プロフィールに、ショップのURLが掲載されているため、

投稿内容=>自社のアカウント=>ショップページ（購入ページ）

このような導線ができることにより、投稿を見た人はスムーズに購入ページまでたどり着きます。

プロセス（導線）の最適化～悪い例①



このリンクをタップ（クリック）しても反応しないので、投稿を見た人は、仮に興味があっても、わざわざ、

①このURLをコピー

②ブラウザを開く

③URLを貼り付ける

の3ステップで初めて購入ページにたどり着ける。

よほど「絶対買いたい」人でなければ、そこまで手間をかけません！

プロセス（導線）の最適化～悪い例②

同から戻って
道。
に焼き
屋さんだっ
たのに、タピオカ屋さんになっててビ
ックリ！

の
3日前

※こちらは、あくまでも例であり、
実際のPR投稿ではありません。

お店の名前もなく、住所也没有せん。
どこの店さえもわからない投稿です。
タピオカ屋が「ある」ことだけはわかりました。

スルーされてしまうか、フォロワー（または友
人）との雑談ネタだけになってしまい、**PR効果
ゼロです！**

超～～重要なので、繰り返します。

✓ 最も簡単かつ有効な方法：

超～～重要

- ① 自社の **Instagram** のプロフィールに、**HPや購入ページのURLを掲載**。
- ② 投稿の際に、**投稿内容でのメンション**と**写真でのタグ付け**を依頼。

※メンションだけで良いのでは？と思われるかもしれませんが、目的地である購入ページまでの「入口」を増やすために、写真でのタグ付けもお願いしましょう！

※ハッシュタグの設定は、フォロワー以外の人にリーチする（見てもらう）一つの手段ですので、あった方が良いですが、ハッシュタグをいくら設定しても、プロセスの最適化には影響を与えないことを覚えましょう！

インフルエンサーの投稿から、購入ページまでの手順が多ければ多いほど、利用者は離脱します。

Instagramの投稿は、URLを掲載することは可能であるものの、リンクとしてではなく、テキストとして表示されているため、利用者はそこから直接に誘導先へアクセスすることはできません。

一度、それをコピーして、ブラウザーに貼り付けないと誘導先には飛べません。

そのため、単に投稿内容にテキストとしての購入ページURLを記載しても効果はありません。

インフルエンサーマーケティングの効果を出すためには、「プロセス（導線）の最適化」が最も大事だと言っても過言ではありません。

プロセス最適化の無料コンサルティングを受けるには、
AndBuzzのサポートアカウント「運営事務局」までご連絡ください。



購入ページまでの流れができたなら、次のポイントは「誰に、どうやって、購入してもらうか」

✓ ①フォロワーを新規顧客に

フォロワーが購入しやすいように、送料無料、割引など、フォロワーだけの特典を用意しましょう。

✓ ②フォロワーをリピーターに

初回だけではなく、次回からも使える特典をフォロワーに用意しましょう。

✓ ③インフルエンサー自身を新規顧客、更にリピーターに。

インフルエンサーだけの特典も用意しましょう。たとえば、今後はずっと30%の割引で購入できるクーポンや優先的にサンプル品を配布など、インフルエンサー自身を根強いファンにしましょう。

特に「特別感」が大事なので、フォロワーよりワンランク上の特典を用意しましょう。

どのような特典をどのように用意すべきかは、業種や規模、コスト構造などによって異なります。

どのような特典を、どのように用意すべきかは、状況によって大きく異なります。例えば、

店舗型なのか？ 通販、ECサイトなどのオンライン型なのか？

ポイントカードや会員カードを発行しているか？それは、紙ポイントカードなのか、アプリなのか？

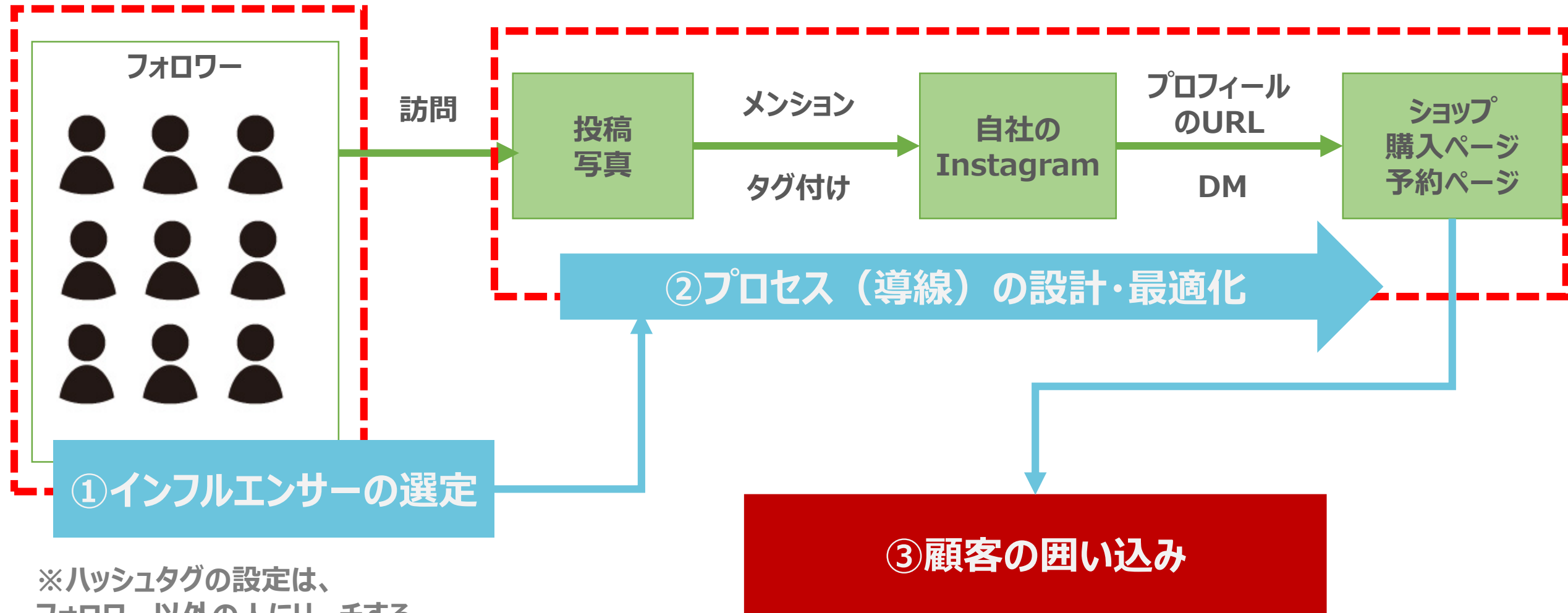
楽天やYahooなどのプラットフォームに出店しているか？それとも自社のECサイトがあるのか？あるいはInstagramだけで販売しているか？

もっと細かく言えば、同じ飲食店でもレジか券売機かによっても異なります。

いかに顧客を囲い込むかが大事である一方で、全ての業種に通用する万能薬はないので、この部分の設計は、状況に応じて行うしかありません。

顧客を囲い込むマーケティング戦略の設計の無料コンサルティングを受けるには、AndBuzzのサポートアカウント「運営事務局」までご連絡ください。

【PR効果の最大化】の全体像（再掲）



※ハッシュタグの設定は、
フォロワー以外の人にリーチする
（見てもらう）一つの手段です。

インフルエンサーとのやり取りは、InstagramのDMやLINEなど、普段使い慣れたツールでも問題ありませんが、商品の発送連絡や受け取り連絡、振り込み連絡や入金確認連絡は当サイト内のメッセージをお願いします。

- ・発送した（体験の予約をした）
- ・受け取った（体験が完了した）（インフルエンサーにサイト内での報告をお願いする）
- ・支払った（有料PRの場合）
- ・入金を確認した（有料PRの場合）（インフルエンサーにサイト内での報告をお願いする）

などの重要な連絡は当サイト内のメッセージをお願いいたします。
万が一トラブルが発生した際に、弊社は当サイトのメッセージ内容に基づき対応させていただきます。



& BUZZ
AND

<https://andbuzz.net/>

ご連絡は：

E-mail: **info@8match.com**

Instagram: **andbuzz**

サイト内サポートアカウント「運営事務局」

<https://andbuzz.net/user.00000004314>