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）

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

目次

重要

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

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

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。

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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

1.【基本操作】

登録からPR案件募集までの流れを説明

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

登録後にやるべきこと：①自己紹介の完成

✓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）をどういう風に書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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

登録後にやるべきこと：②認証手続き

✓ 認証手続きを行いましょう。

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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

登録後にやるべきこと：③案件投稿

重要

✓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書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）は

https://andbuzz.net/subj.000000008201
こちらでご用意しております。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

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！

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

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

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

インフルエンサーを探しましょう：会員一覧より探す

①「会員一覧」

⬇

②「インフルエンサー」

⬇

③「おすすめ順」／「新着順」

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

インフルエンサーを探しましょう：投稿一覧より探す

①「投稿一覧」

⬇

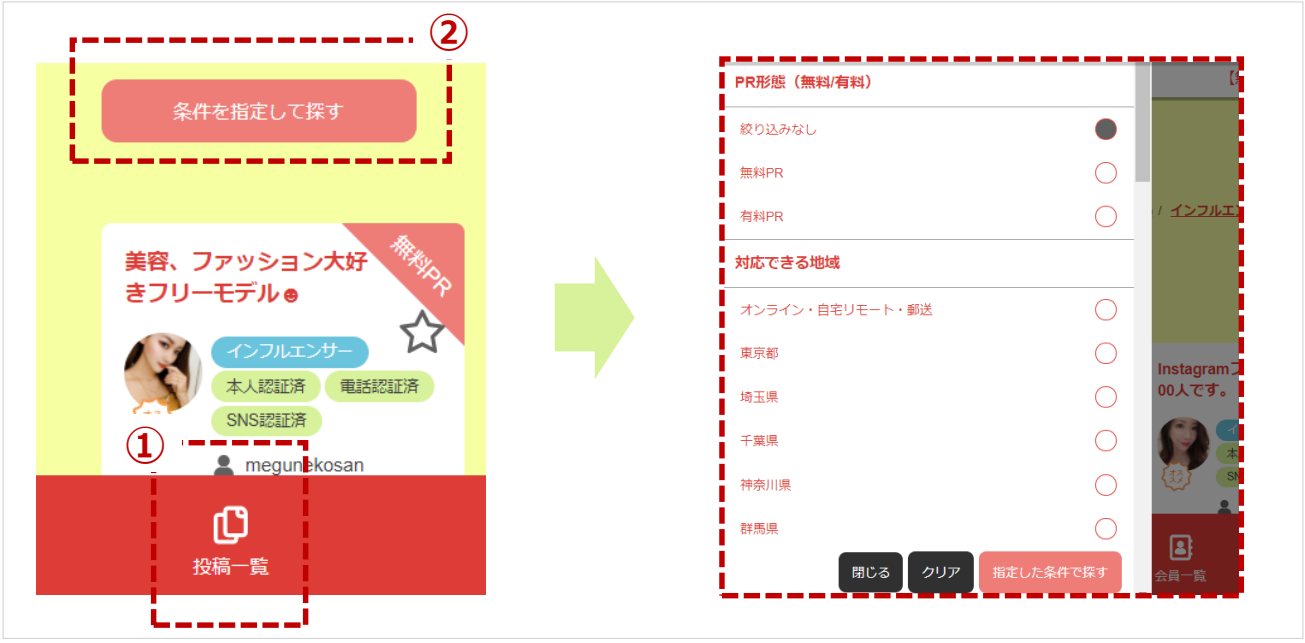
②「インフルエンサー」

⬇

③「おすすめ順」／「新着順」

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

インフルエンサーを探しましょう：投稿の絞り込み検索



①「投稿一覧」

↓

②「条件を指定して探す」

↓

③　絞込み検索ができる

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

インフルエンサーを探しましょう：【 TIPS 】

✓ 自己紹介（会員一覧）と投稿一覧をご覧いただき、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書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！

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

メッセージ機能の使い方：チャット機能

✓【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

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

メッセージ機能の使い方：メッセージ機能

重要

✓「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

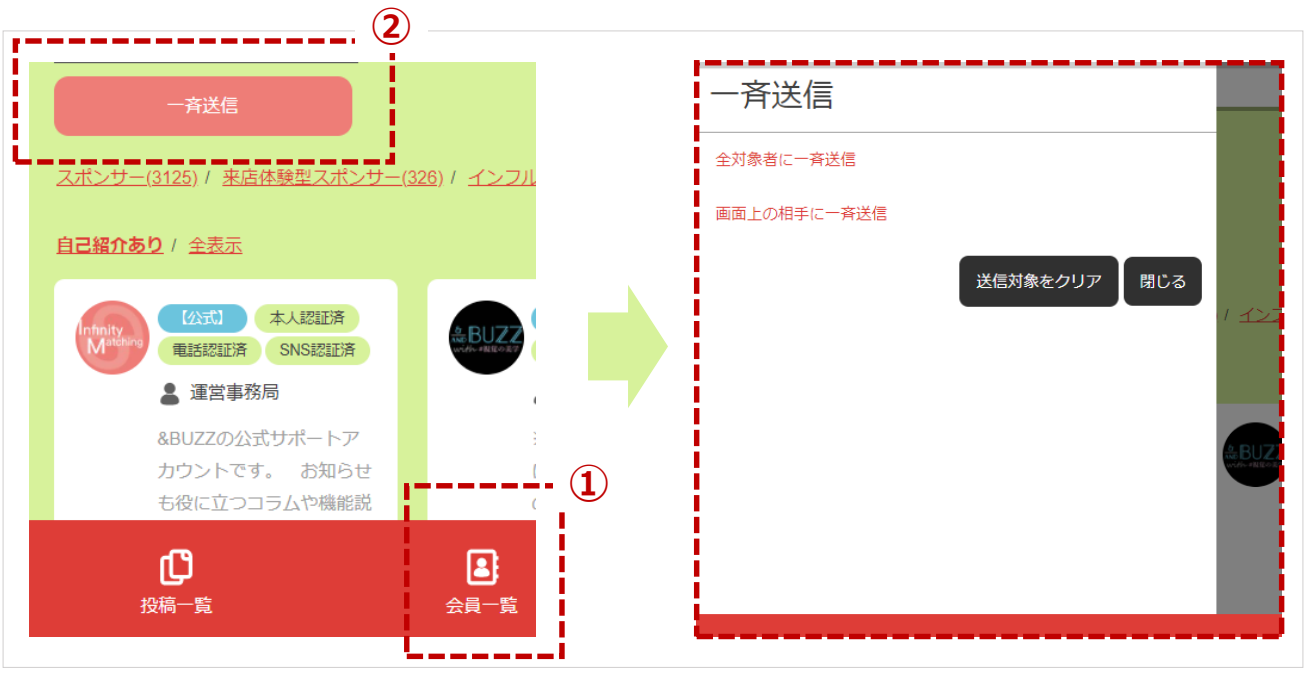
https://andbuzz.net/subj.000000007003
をご参考ください。

✓ メッセージの管理画面につきましては

https://andbuzz.net/subj.000000009953
をご参考ください。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

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」

⬇

③ ２つの一斉送信の
モードを選択できる

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

✓【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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

マッチング（PR依頼）までの流れ

重要

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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

マッチング（PR依頼）までの流れ

重要

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？
- いつ商品を発送（または来店）か？

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

マッチング（PR依頼）までの流れ

重要

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！

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

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

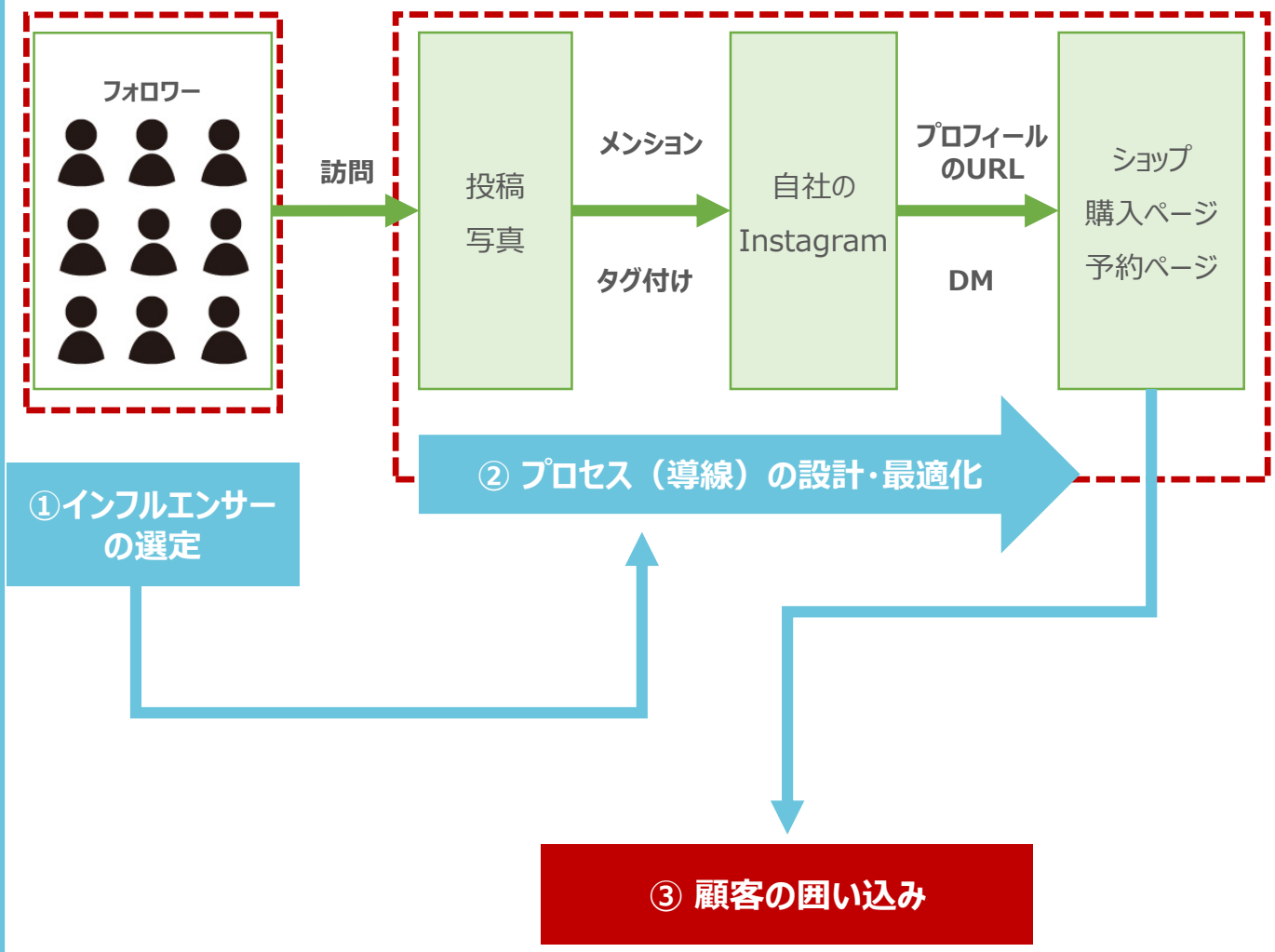
Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

PR効果を最大化にする最も重要な3ポイント

- ✓ **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）**

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

【PR効果の最大化】の全体像



Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

適切なインフルエンサーの選定：簡易3ステップ

重要

☑ 適切なインフルエンサーの選定

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さすぎる」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いいね/1000人＝10%=>10%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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

適切なインフルエンサーの選定：ミニコラム①

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。**

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

適切なインフルエンサーの選定：ミニコラム②

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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

プロセス（導線）の最適化

重要

☑ プロセス（導線）の最適化

✓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

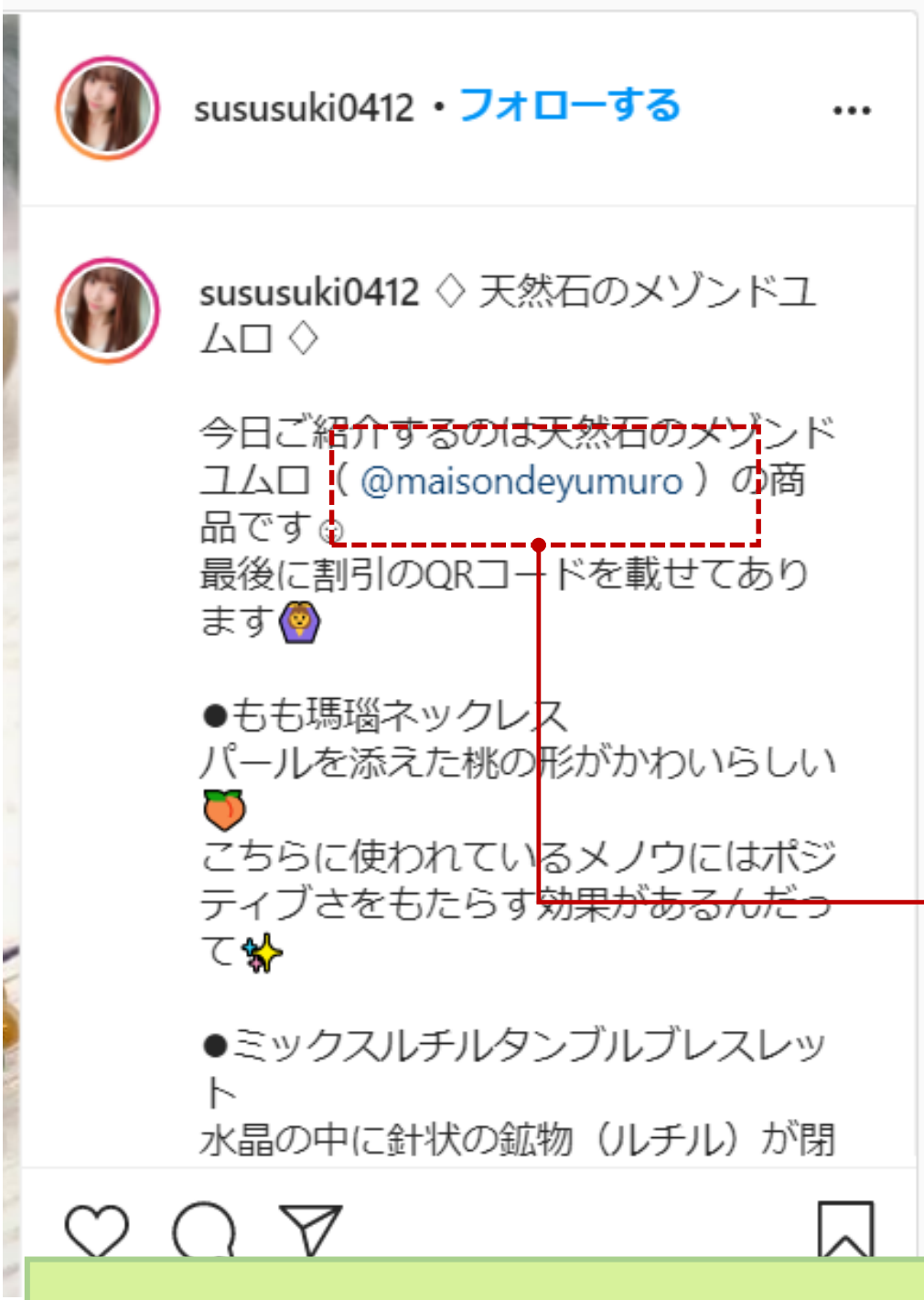
①自社の**Instagramのプロフィール**に、**HPや購入ページのURLを掲載。**
②投稿の際に、**投稿内容でのメンション**と**写真でのタグ付け**を依頼。

※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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

プロセス（導線）の最適化 ～良い例



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見てみる

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

プロセス（導線）の最適化 ～良い例

プロフィールに、ショップのURLが掲載されているため、

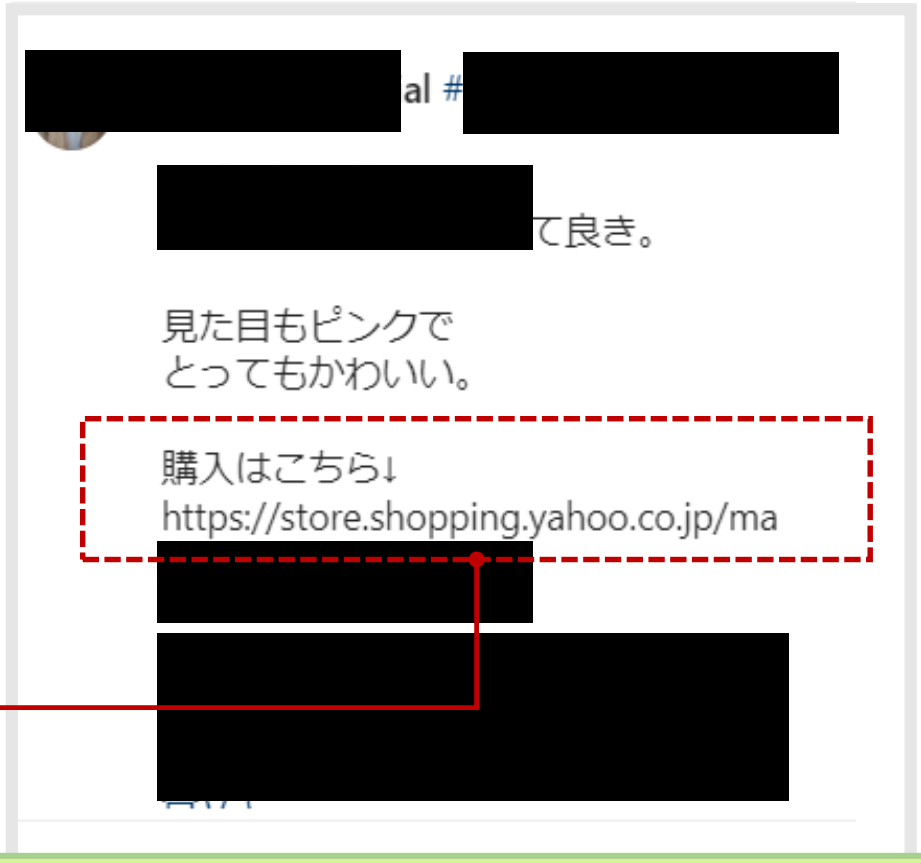
投稿内容 ⇒ **自社のアカウント** ⇒ **ショップページ（購入ページ）**

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。

店舗型ビジネスの場合は、プロフィールに住所や電話番号などの連絡先を記載しましょう。またはInstagramの「お問い合わせ」ボタン（機能）を付けましょう。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

プロセス（導線）の最適化 ～悪い例①

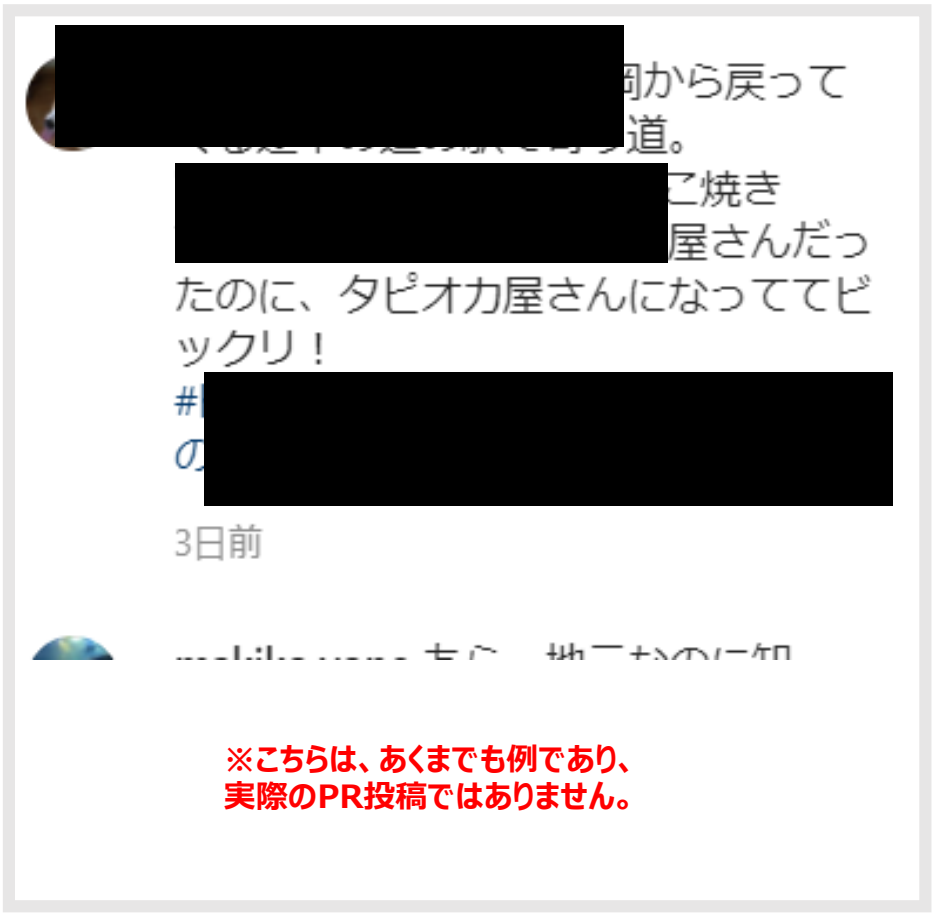


このリンクをタップ（クリック）しても反応しないので、投稿を見た人は、仮に興味があっても、わざわざ、
①このURLをコピー　②ブラウザーを開く　③URLを貼り付ける
の3ステップで初めて購入ページにたどり着ける。

**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！**

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

プロセス（導線）の最適化 ～悪い例②



お店の名前もなく、住所もありません。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！**

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

プロセス（導線）の最適化 ～再掲

重要

超～～重要なので、繰り返します。

超～～重要

✓ **最も簡単かつ有効な方法：**

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。

※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！

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

プロセス（導線）の最適化の無料コンサルティング

重要

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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

重要

☑ もれなく顧客の囲い込み（新規・リピーター）

購入ページまでの流れができたら、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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

顧客を囲い込むマーケティング戦略の設計

重要

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？

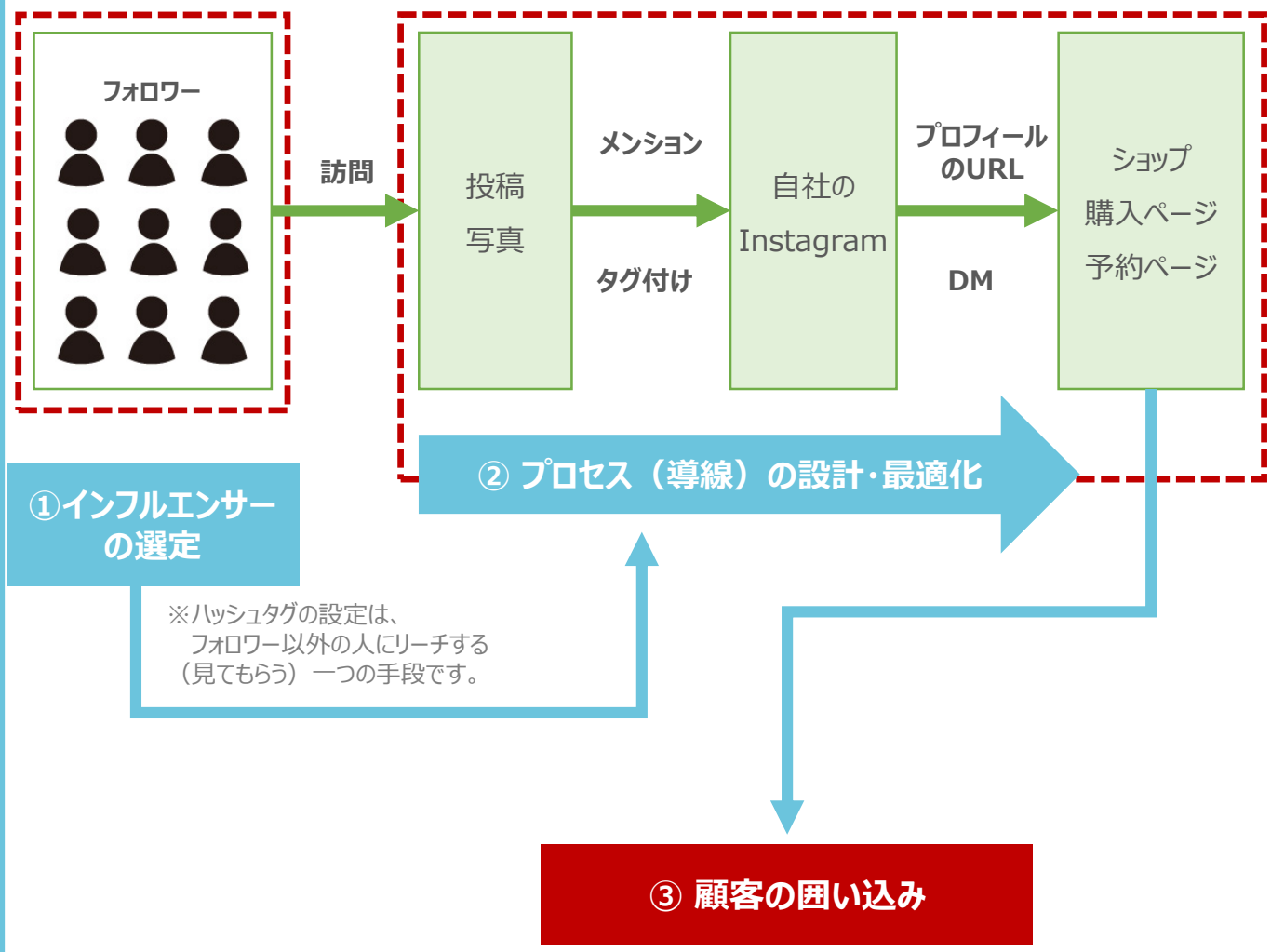
もっと細かく言えば、**同じ飲食店でもレジか券売機かによっても異なります**。

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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

【PR効果の最大化】の全体像（再掲）



Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

最後に ～注意事項～

重要

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でお願いします。

・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**でお願いいたします。
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。

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz

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.0000004314

Critical Synergy CO., LTD. All Rights Reserved &Buzz