サンプルベーカリー 様

2026年10月の SNS の成果

TikTok　集計 10/1〜10/31　投稿 28本

動画が見られた回数
4.8万回
1日あたり 約1,555回
（期間の合計 ÷ 31日）

プロフィールを見た
1,320回
お店のプロフィールが
開かれた回数

増えたフォロワー
+184人
合計 1,260人

1 SNS からお店までの流れ

動画を見た
4.8万回
おすすめ・検索などで
動画が見られた回数

→

プロフィールを見た
1,320回
再生 約37回につき1回、
プロフィールが開かれた

→

お店に来た
9人
SNS を見て来たお客様（お店でお聞きした数）

2 見た人の反応

シェア	保存	コメント	いいね
172	318	86	2,140
動画をほかの人に送った	あとで見られるよう保存した	コメントを書いた	いいねを押した

シェア・保存は、動画を見た方が自分から起こした行動です。来店につながったかどうかは、この数字だけでは分かりません。

今月のまとめ

1. 10月は動画が約4.8万回見られ、プロフィールは1,320回開かれました。
2. ご来店時にお聞きいただいた結果、SNSを見て来た方は9人でした。
3. 来月は、反応の良かった「焼き上がりの瞬間」の動画を増やします。

3 どこから見つけてもらったか



「おすすめ」は、TikTok のおすすめの画面から見られた割合です（フォローしていない方にも表示される場所です）。

4 よく見られた動画 （公開の再生数（11/3時点））

1 10/12「朝7時、焼き上がりの瞬間」

1.3万回

12,800回見られました（公開の数字・11/3時点）。オーブンを開ける音と湯気で、冒頭から目を止めてもらえたと考えています。保存も多く、あとで来店の参考にしてもらえる内容です。

2 10/20「食パンの断面、見てください」

6,400回

6,400回見られました（公開の数字・11/3時点）。商品そのものを大きく見せた動画です。コメントで「何時に売り切れますか」という質問がありました。

3 10/5「店主が毎朝やっていること」

4,100回

4,100回見られました（公開の数字・11/3時点）。お店の人柄が伝わる動画として、フォローのきっかけになっていると見ています。

5 お店への効果

SNS を見て来た方

9人

売上の目安 約1.6万円

10月のお問い合わせ・ご予約は42件で、ご来店時にお聞きいただいた結果、そのうちSNSを見て来た方は9人でした。客単価1,800円で計算すると、SNSから来た方の売上は約1.6万円の目安です（ご来店時に聞けた方だけの数字です）。

6 来月やること

PLAN 1　「焼き上がりの瞬間」の動画を、時間帯や商品を変えて週2本に増やします。10月でいちばん見られ、保存も多かったためです。

PLAN 2　売り切れ時間など、来店前に知りたい情報を動画の最後に入れます。コメントで質問が多かったためです。

PLAN 3　ご来店時のひと言の聞き取りを、11月も続けていただけますと助かります。SNSから来た方の数を毎月比べられるようにするためです。

参考：フォロワー　**1,260人**　この期間 +184人　　フォロワーは目的ではなく、途中の数字として見ています

数字について：TikTok のインサイト（10/1〜10/31）。「よく見られた動画」の再生は 公開の再生数（11/3時点） で、上の期間の数字とは集計の仕方が違います（比べたり差し引いたりはしていません）。再生回数は「見られた回数」で、同じ方が何度か見た分も含みます。