

# サロン集客ノウハウ大百科

アクティブメディア株式会社

本資料はアクティブメディア株式会社の許可なく対外的に参照・配布しないようお願い申し上げます。

## 会社概要

会社名：アクティブメディア株式会社

所在地：東京都千代田区紀尾井町3-32紀尾井町WITH4F

設立：2009年5月18日

事業：店舗向けクラウドサービスの開発・提供を中心として、運用支援・コンサルティングに至るまで総合的に店舗経営を支援。

沿革：2009年11月1日「店舗向けリピート増客システムサニーポイント（愛称「サニポ」）をリリース。

現在、日本全国の2,200以上の店舗に導入した実績を持つ。

2016年5月1日「美容サロン向けメディアリピーター集客ラボの運営を開始。

2016年5月1日「より低価格で実践できる美容サロン特化型リピート増客システムサニポビューティーをリリース」

サロン集客ノウハウ大百科の解説者：店舗集客アドバイザー・Web戦略部 部長 清水淳司

## ◎ 本当は秘密にしたい繁盛サロンの作り方

- ◎ 20～40代女性のお客様に聞いた！  
サロンにリピートしなくなる本当の理由を大公開！
- ◎ リピート率90%を実現しキープする鉄板ノウハウ！
- ◎ 来なくなった顧客を大量に呼び戻せる最強ノウハウ！
- ◎ 顧客が「来店したい」と思ってしまう特典を<sup>秘</sup>公開！
- ◎ 低コストで手間いらずのリピート増客システムで  
繁盛サロンになる！

◎ 本当は秘密にしたい繁盛サロンの作り方

繁盛 = 利益

利益 = 売上 - コスト

売上 = 客数 × 客単価 × **来店頻度**

繁盛サロンの作り方



**低コスト**で手間をかけずに**来店頻度をUP**させる方法

来店頻度 UP = リピート率 UP

リピーターの重要性について  
ハーバード・ビジネス・レビューの調査発表



- ✓ リピート率を5%UPすれば、利益は**2倍**
- ✓ リピーターは、新規客より購入額が平均**67%**高い

## 繁盛サロンの事例「ヘアサロン宮本様」



髪も肌もケアできる地域密着サロン

所在地：札幌市西区  
(地下鉄やJRの駅から徒歩5分ほど)

スタッフ：3名

ターゲット：ファミリー層

エキテン・楽天ビューティーなどに掲載中

## 繁盛サロンの事例「ヘアサロン宮本様」

※一部データをふせています。

Before

2015/01/01 から 2015/06/30 まで			
▲ ランク	この期間の顧客価値	平均来店頻度	平均客単価
全体	9.900円/人	1.65回/人	5.935円/人
👑 ゴールド会員	※※※※円/人	※※※回/人	※※※※円/人
👑 シルバー会員	※※※※円/人	※※※回/人	※※※※円/人
👤 一般会員	※※※※円/人	※※※回/人	※※※※円/人

2015年1月～6月までの半年間のデータ

After

2016/01/01 から 2016/06/30 まで			
▲ ランク	この期間の顧客価値	平均来店頻度	平均客単価
全体	10.800円/人	1.80回/人	5.935円/人
👑 ゴールド会員	※※※※円/人	※※※回/人	※※※※円/人
👑 シルバー会員	※※※※円/人	※※※回/人	※※※※円/人
👤 一般会員	※※※※円/人	※※※回/人	※※※※円/人

2016年1月～6月までの半年間のデータ

半年間の顧客一人当たりの平均来店頻度を1.65回から**1.80回**にUPさせることに成功

売上 = 客数 × 客単価 × **来店頻度**

同じ客数と客単価でも売上は**大きく変化**します！

半年間の事例

売上90万円UP - コスト8万円

**利益は82万円UP**

- ◎ 本当は秘密にしたい繁盛サロンの作り方
- ◎ **20~40代女性のお客様に聞いた！  
サロンにリピートしなくなる本当の理由を大公開！**
- ◎ リピート率90%を実現しキープする鉄板ノウハウ！
- ◎ 来なくなった顧客を大量に呼び戻せる最強ノウハウ！
- ◎ 顧客が「来店したい」と思ってしまう特典を<sup>秘</sup>公開！
- ◎ 低コストで手間いらずのリピート増客システムで繁盛サロンになる！



**Q 定期的に通っていたサロンに行かなくなった理由を教えてください。**

あてはまるものを全てお選びください。

※複数のサロンで行かなくなった経験がある場合は該当するものを全てお答えください。

	全体	20代	30代	40代
・忘れていた	<b>20.1%</b>	<b>34.2%</b>	<b>14.4%</b>	<b>11.7%</b>
・なんとなく	<b>31.8%</b>	<b>36.9%</b>	<b>32.4%</b>	<b>26.1%</b>
・技術に不満	25.8%	25.2%	29.7%	22.5%
・接客に不満	24.3%	24.3%	27.9%	20.7%
・価格に不満	42.9%	43.2%	41.4%	44.1%
・引っ越し	14.7%	18.0%	18.0%	8.1%
・出産、育児	13.2%	15.3%	18.0%	6.3%
・その他	8.1%	5.4%	4.5%	14.4%

多くの顧客が明確な理由もなく離れていく

**ここを改善！**

**Q** 定期的に通っていたサロンに行かなくなった後に、再びそのサロンを利用した経験のある方  
**再び来店することになったきっかけを教えてください。**

あてはまるものを全てお選びください。

	全体	20代	30代	40代
・メールが届いて	<b>32.4%</b>	<b>34.2%</b>	<b>36.0%</b>	<b>27.0%</b>
・手紙が届いて	<b>31.8%</b>	<b>36.0%</b>	<b>28.8%</b>	<b>30.6%</b>
・電話がかかってきて	22.8%	27.9%	27.9%	12.6%
・チラシを見て	25.5%	29.7%	20.7%	26.1%
・近くを通りがかって	23.4%	29.7%	22.5%	9.9%
・その他	10.2%	9.9%	9.9%	10.8%

Q 定期的に通っていたサロンに行かなくなった後に、再びそのサロンを利用した経験のある方  
**再び来店することになった理由を教えてください。**

あてはまるものを全てお選びください。

	全体	20代	30代	40代
・割引クーポンが魅力的だから	<b>58.9%</b>	<b>68.5%</b>	<b>60.4%</b>	<b>47.7%</b>
・新しいサービスが魅力的だから	<b>40.5%</b>	<b>48.6%</b>	<b>37.8%</b>	<b>35.1%</b>
・スタッフに会いたくなったから	16.8%	18.0%	18.9%	13.5%
・その他	13.8%	10.8%	12.6%	18.0%

**Q** 定期的に通っていたサロンに行かなくなった後に、再びそのサロンを利用した経験のある方  
以下の割引クーポンについて、どれくらい魅力的かそれぞれお答えください。

	とても魅力的	魅力的	ふつう	あまり魅力を 感じない	全く魅力を 感じない
・ 5%割引	8.4%	2.0%	21.0%	<b>28.5%</b>	<b>30.0%</b>
・ 10%割引	8.4%	19.2%	20.4%	<b>32.1%</b>	<b>19.8%</b>
・ 15%割引	10.5%	22.8%	30.9%		14.4%
・ 20%割引	<b>19.2%</b>	<b>39.3%</b>	20.4%		5.0%
・ 25%割引	<b>30.6%</b>	<b>40.5%</b>	17.4%		4.5%
・ 30%割引	<b>53.2%</b>	<b>34.2%</b>	9.3%	2.4%	0.9%

**20%割引～**  
魅力的と感じる人が多く、  
呼び戻しにも効果あり

- ◎ 20～40代女性のお客様に聞いた！  
サロンにリピートしなくなる本当の理由を大公開！

## まとめ

離れていく顧客の約30%が**明確な理由がない！**

しかし、

20%割引以上のクーポンを、

メールや手紙でお知らせすることで**呼び戻すができる！**

- ◎ 本当は秘密にしたい繁盛サロンの作り方
- ◎ 20～40代女性のお客様に聞いた！  
サロンにリピートしなくなる本当の理由を大公開！
- ◎ **リピート率90%を実現しキープする鉄板ノウハウ！**
- ◎ 来なくなった顧客を大量に呼び戻せる最強ノウハウ！
- ◎ 顧客が「来店したい」と思ってしまう特典を<sup>秘</sup>公開！
- ◎ 低コストで手間いらずのリピート増客システムで  
繁盛サロンになる！

## 繁盛サロンの事例「ヘアーサロン宮本様」

3通のアフターフォローメールを送って、顧客と定期接触を持ち  
リピート率を88~90%をキープしている成功事例

### 1 通目

最終来店日から30日後に配信

件名

【ヘアーサロン宮本】

来店

〇〇様、こんにちは。

いつも当店をご利用いただき、誠にありがとうございます。

前回の施術より約1カ月が経ち、スタイルの崩れやお手入れのしにくさを感じている頃かと思

93人に配信して  
29人がすぐ来店

反応率31%

いつもお気に入りのお髪のためにも、定期的なトリートメントなどの施術をおすすめいたします。

### 2 通目

最終来店日から60日後に配信

件名

【ヘアーサロン宮本】

来店

〇〇様、こんにちは。

いつも当店をご利用いただき、誠にありがとうございます。

前回の施術より約2カ月が経ち、根元やお手入れのしにくさが目立ってくる頃かと思

43人に配信して  
15人がすぐ来店

反応率34%

いつもお気に入りのお髪のためにも、定期的なトリートメントなどの施術をおすすめいたします。

### 3 通目

最終来店日から90日後に配信

件名

【ヘアーサロン宮本】

〇〇様、こんにちは。

いつも当店をご利用いただき、誠にありがとうございます。

前回の施術より約2カ月が経ち、お手入れのしにくさや髪の崩れが、かなり目立ってきた頃かと思

18人に配信して  
5人がすぐ来店

反応率28%

いつもお気に入りのお髪のためにも、定期的なトリートメントなどの施術をおすすめいたします。

2016年1月~9月：半年以内のリピート率は88~90%

- ◎ 本当は秘密にしたい繁盛サロンの作り方
- ◎ 20～40代女性のお客様に聞いた！  
サロンにリピートしなくなる本当の理由を大公開！
- ◎ リピート率90%を実現しキープする鉄板ノウハウ！
- ◎ **来なくなった顧客を大量に呼び戻せる最強ノウハウ！**
- ◎ 顧客が「来店したい」と思ってしまう特典を<sup>秘</sup>公開！
- ◎ 低コストで手間いらずのリピート増客システムで  
繁盛サロンになる！



来なくなった顧客を大量に呼び戻せる最強ノウハウ

## 誕生日販促（バースデーメール）

2,200店舗のデータから導き出したデータ



バースデーメールなら離反予備軍でも16%（50人中8人）が呼び戻せる！

## 誕生日販促（バースデーメール）が効果的な2つの理由

### 1 お客様が喜ぶ

企業からバースデーメールを  
もらおうと**良いイメージを持つ**



リピートのきっかけになる



※参考: Happy Birthday! Two  
Words Customers Love

### 2 ライバルが少ない

クリスマスなどの  
季節イベントに比べ



誕生日や記念日のような  
顧客固有イベント



アンケート調査

お誕生日当日に企業から  
お祝いのメッセージは  
何通届きますか？





0~2通

上記が50%以上という結果で

ほとんど届いていない

ということがわかる。

## 誕生日販促（バースデーメール）の事例を一部抜粋

エリア・業種・店舗名	誕生日の特典	全体反応率	直近半年間のデータ
 <p>北海道札幌市の美容室 ヘアサロン宮本様</p>	<p><b>500ポイント</b> (500円相当) プレゼント</p>	<p>平均 <b>40.00%</b></p>	<p>配信数：142通 反応数：52人 反応率：36.62%</p>
 <p>東京都練馬区の アイラッシュサロン Jewelz★Eye様</p>	<p>誕生日限定コース無料 プレゼント</p>	<p>平均 19.81%</p>	<p>配信数：137通 反応数：32人 反応率：<b>23.36%</b></p>
 <p>長野県諏訪郡のサロン からだの美容室 Salon Nachi様</p>	<p>特定のメニュー50%OFF プレゼント</p>	<p>平均 <b>37.22%</b></p>	<p>配信数：144通 反応数：58人 反応率：<b>40.28%</b></p>
 <p>香川県高松市の 複合美容サロン サロン和様</p>	<p>技術メニュー10%OFF プレゼント</p>	<p>平均 19.79%</p>	<p>配信数：753通 反応数：<b>132人</b> 反応率：17.53%</p>

## メール販促の成功ポイントその1：デザイン

### Before

いつもご利用ありがとうございます。

ヘアサロン サニポの店長  
磯島です。

当店のこの季節からの新メニューを紹介します！

梅雨に負けないスタイルを  
特別価格でご提供します！

メール会員様限定で  
ホームケア付き  
ストレートパーマを

- ・ お名前を入れる
- ・ 構成を整える
- ・ 写真を付ける
- ・ プレゼント内容を冒頭に入れる

来店率  
4.1%UP

### After

山田様へ

新メニューのお知らせ



ホームケア付き  
ストレートパーマ  
**50%OFF**

梅雨に負けないスタイルを  
特別価格でご提供！

## メール販促の成功ポイントその2：タイミング

4月29日がお誕生日のお客様へ配信するバースデーメール

月初（4月1日）に配信



来店率  
14%



当日（4月29日）に配信



来店率  
30%

誕生日当日にメールを配信するには、専用ツールや担当者が必要…

ライバルがやりたくても、できない販促

誕生日当日に企業からお祝いのメッセージは何通届きますか？

アンケート結果→0~2通が半分以上

不満 < 期待 < 感動



来店

- ◎ 本当は秘密にしたい繁盛サロンの作り方
- ◎ 20～40代女性のお客様に聞いた！  
サロンにリピートしなくなる本当の理由を大公開！
- ◎ リピート率90%を実現しキープする鉄板ノウハウ！
- ◎ 来なくなった顧客を大量に呼び戻せる最強ノウハウ！
- ◎ **顧客が「来店したい」と思ってしまう特典を<sup>秘</sup>公開！**
- ◎ 低コストで手間いらずのリピート増客システムで  
繁盛サロンになる！

## 【事例】特典別の反応率



8%



8%



33%

・すでに持っているお得が、さらにお得になる

・次回使える！という気持ち

※多く利用すればするほどお得になる

常連ほどお得 = 特別扱い = 顧客満足



## ポイント会員の新規登録率



77.8%



80.3%



65.1%

## メール配信後の再来店率



8%



8%



33%

新規客は値引きや景品を好む傾向があり、リピーターはポイントを好む傾向がある

- ◎ 本当は秘密にしたい繁盛サロンの作り方
- ◎ 20～40代女性のお客様に聞いた！  
サロンにリピートしなくなる本当の理由を大公開！
- ◎ リピート率90%を実現しキープする鉄板ノウハウ！
- ◎ 来なくなった顧客を大量に呼び戻せる最強ノウハウ！
- ◎ 顧客が「来店したい」と思ってしまう特典を<sup>秘</sup>公開！
- ◎ **低コストで手間いらずのリピート増客システムで  
繁盛サロンになる！**

## まとめ

- ✓ リピート増客が繁盛サロンになるカギ！
- ✓ 顧客は明確な理由なくリピートしなくなるが、定期的に接触することで防げる！
- ✓ 定期接触でもリピートしない顧客には、誕生日販促が効果的！
- ✓ リピーターが好む特典はポイントサービス！

低コストで手間をかけずに  
実現できるシステム

# サニポ ビューティー

## サニポビューティーとは

ポイントカード、メール配信、Web予約

3つの機能が連動しているリピート増客システムです。



### ポイントカード

お客様の携帯電話（スマホ）がポイントカードにする機能があり、お会計のたびにポイントが付与されるので「どのお客様が」「いつ来店して」「いくら使ったか」のデータが残ります。



### メール配信

来店データに合わせた内容のメールが、自動で配信されます。「皆さんへ」という同じ内容の一斉配信メールと違い、「〇〇様へ」という個別配信メールだからお客様に喜ばれます。



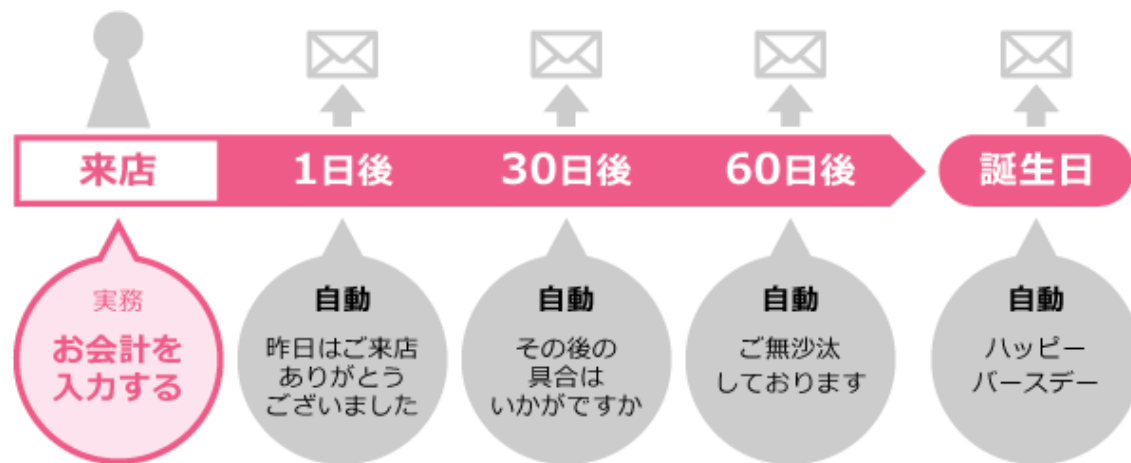
### Web予約

予約をかんたんに管理出来て、24時間受付できるようになります。メールを読んで、喜んだお客様が「すぐ予約できる」から、リピート来店が増えます。

## サニポビューティーのリピート増客は手間がかかりません。

実務は、お会計金額を入力するだけです。

あとはシステムが最適な内容のメールを、最適なタイミングで自動配信します。



お客様に忘れられないように定期的にきめ細かいアプローチをし続けられるから離反を防ぎ、リピーターを増やすことができます。

**サニポビューティー**のリピート増客は低コストで実践できます。

初期費用：**30,000円**

月額：**2,900円～**

※メール会員100人まで（安心の従量課金制だから低価格で始められます。）

※その他インターネット環境付プランやサロンボード連携プランなど有料オプションがあります。

※表示価格は税抜きです。

必要なものはインターネット環境とパソコンだけでOK！

ご契約は毎月更新！（途中解約違約金など一切ございません）

サロン経営のために、使える時間とお金は限られています。

リピート増客の仕組みさえあれば、

「利益がUP」したり「新規集客の費用対効果がUP」したりするだけでなく、  
時間とお金に余裕ができ、あなたの望む形で使えるようになります。

2,200以上の地域密着型の店舗のリピート増客をサポートしてきた実績を持つ  
サニポビューティーにお任せください。

**特典：効果に絶対の自信があるので約束します！**

**半年間使ってみて「効果がない」と感じたらご利用料金を全額返金します！**

**特典：今すぐリピート増客の仕組みを作ってほしいので**

**10月末までにお申込みいただいた場合、初期費用30,000円を無料にします！**

**おまけ特典**



**お客様が喜ぶ特典**

**研究結果**

今回のアンケート調査や弊社の事例から

**「お客様は割引のためであればアプリのインストール(個人情報の提供)は苦ではない」**

むしろ良い印象と効果を与えるという事実が見えてきました。

新規客には「値引き」という特典が・・・

**リピーターには「ポイント付与」という特典が・・・**

それぞれ喜ばれており、来店にも効果を発揮しています。

特にポイント付与は**「バーゲンハンターとファンを見分ける魔法の特典」**として私たちはおすすめしています。

誰でも使える【値引き特典】と違い、貯めないと使えない【ポイント付与】という特典は

「来店する理由＝安いから」のお客様(バーゲンハンター)にとっては**ハードルが高い**と言えます。

そして【ポイント付与】は、利用した回数が多ければ多いほどお得になるサービスです。

つまり、常連ほどお得になるので**顧客満足度を向上**しやすい販促とも言えます。

「来店する理由＝お店が好きだから」のお客様(ファン)が反応しやすいのです。

バーゲンハンターとファンを見分け、お客様のファン化を自然と促進する、【ポイント付与】という特典は、まさに魔法の特典と言えるのではないのでしょうか。

ご参考までに弊社のアンケート結果を公開いたします。

あなたの売れるお店作りのお役に少しでも立ちましたら幸いです。

## アンケート調査概要

### 企業(美容サロン、小売り店、飲食店)の公式アプリと消費行動に関するアンケート調査

調査対象：リサーチ専門会社Fastaskモニタのうち、  
事前調査で「プライベートでメインに使っている携帯電話はスマホ」  
と回答した20~40代の男女347名(全国)

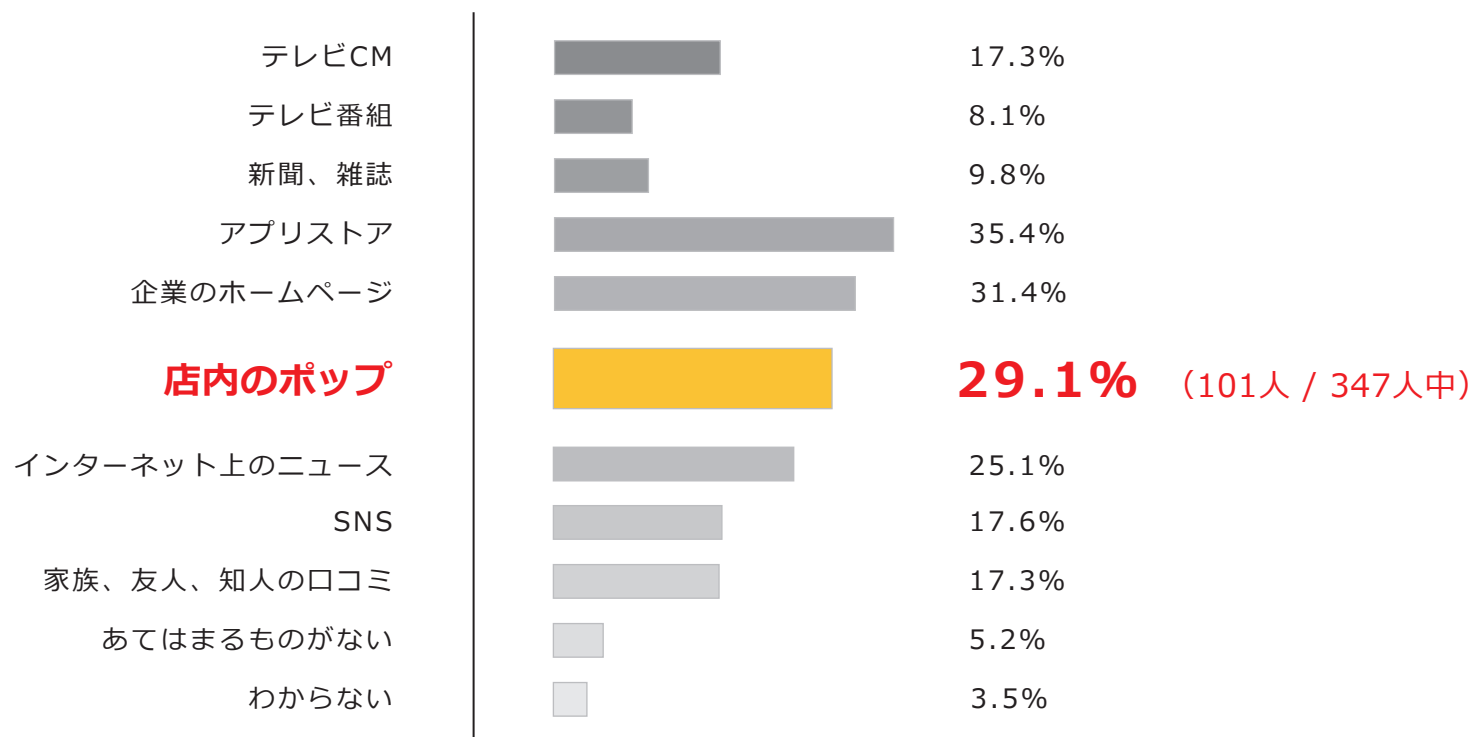
※調査方法は株式会社ジャストシステムのセルフ型ネットリサーチ「Fastask」を使用。

## 企業の公式アプリを知ったきっかけ

### Q あなたは、インストールしている公式アプリをどのようなきっかけで知りましたか？

あてはまるものを全てお選びください。

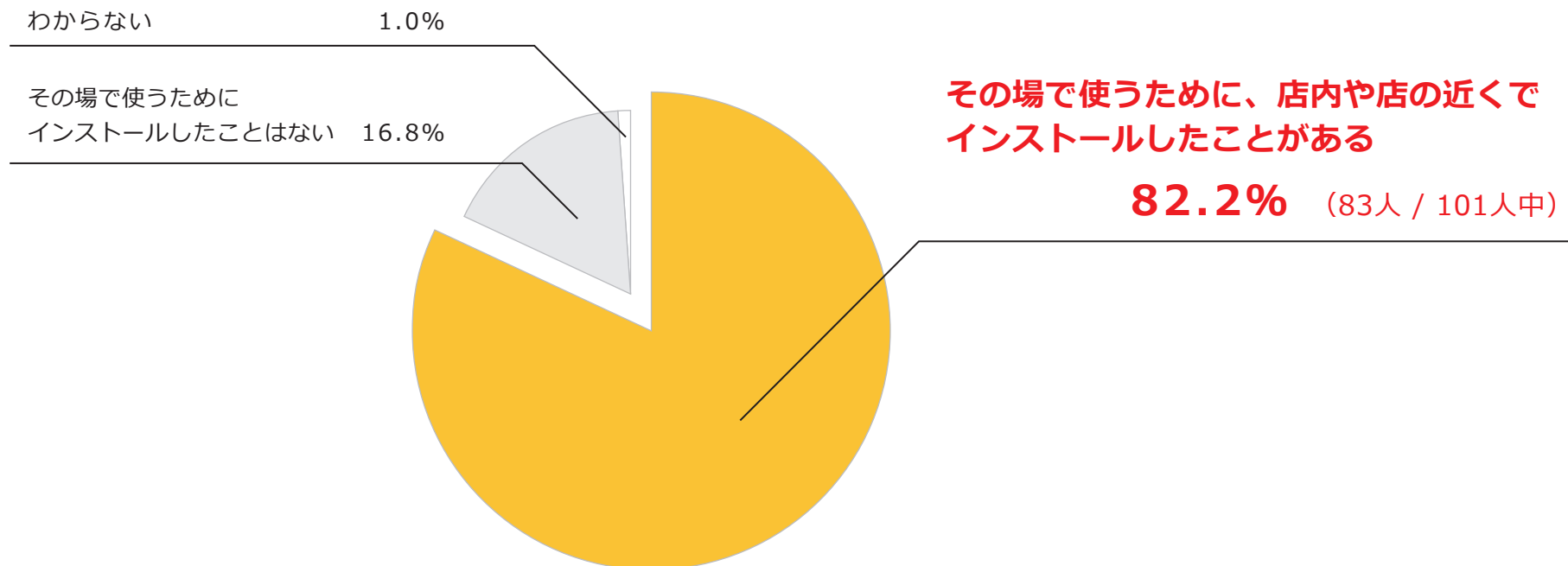
※インストールしている公式アプリが複数ある場合は該当するものを全てお答えください。



## 店内のポップで公式アプリを知って、その場でインストールする割合

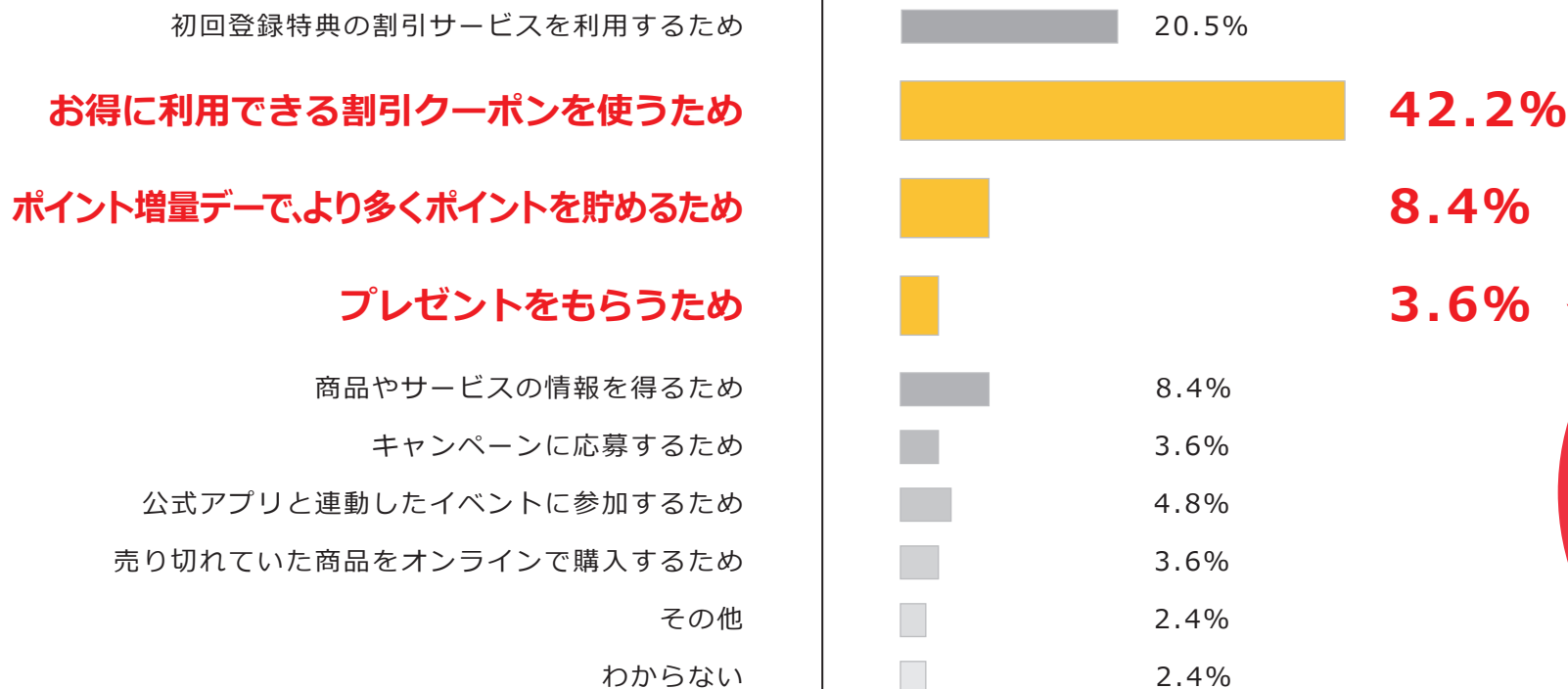
Q 店内のポップで公式アプリの存在を知った101人に聞きました。  
あなたは、その場で使うために店内などでインストールしたことはありますか？

あてはまるものを1つだけお選びください。



## 店内のポップで公式アプリを知って、その場でインストールした理由

Q 店内などでインストールしたことがあると答えた83人に聞きました。  
**あなたが店内などで公式アプリをインストールした最も大きな理由を教えてください。**  
 あてはまるものを1つだけお選びください。



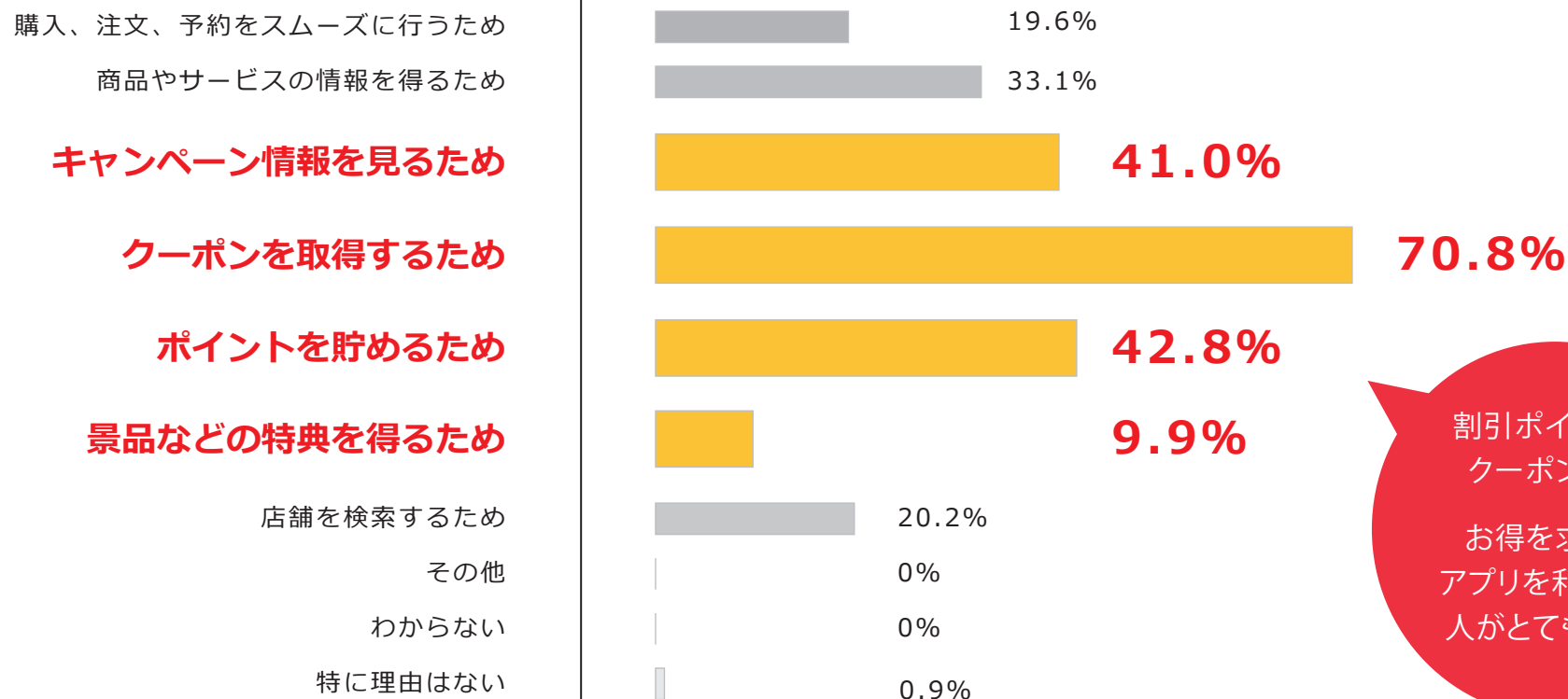
ポイントが貯まる  
 など会員特典を  
 求めている人が  
 合計**54.2%**  
 半数以上!!

次が、初回特典を  
 求める人で**20.5%**

## 企業の公式アプリを利用する目的

Q あなたは、インストールしている公式アプリをどのような目的で利用していますか？

あてはまるものを全てお選びください。



割引ポイントや  
クーポンなど

お得を求めて  
アプリを利用する  
人がとても多い!

## 企業の公式アプリを利用した後の行動変化

Q あなたは、公式アプリを利用するようになってから、利用前に比べて行動に変化はありましたか？

あてはまるものを全てお選びください。

### その企業に来店する頻度が増えた

その企業の情報を積極的に仕入れるようになった

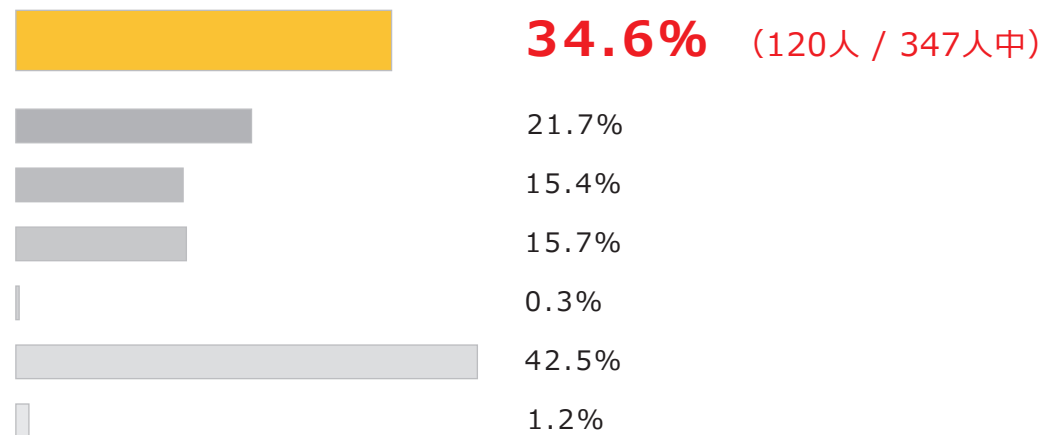
その企業の情報をSNSで拡散することが増えた

その企業を周囲にすすめることが増えた

その他

特に変わったことはない

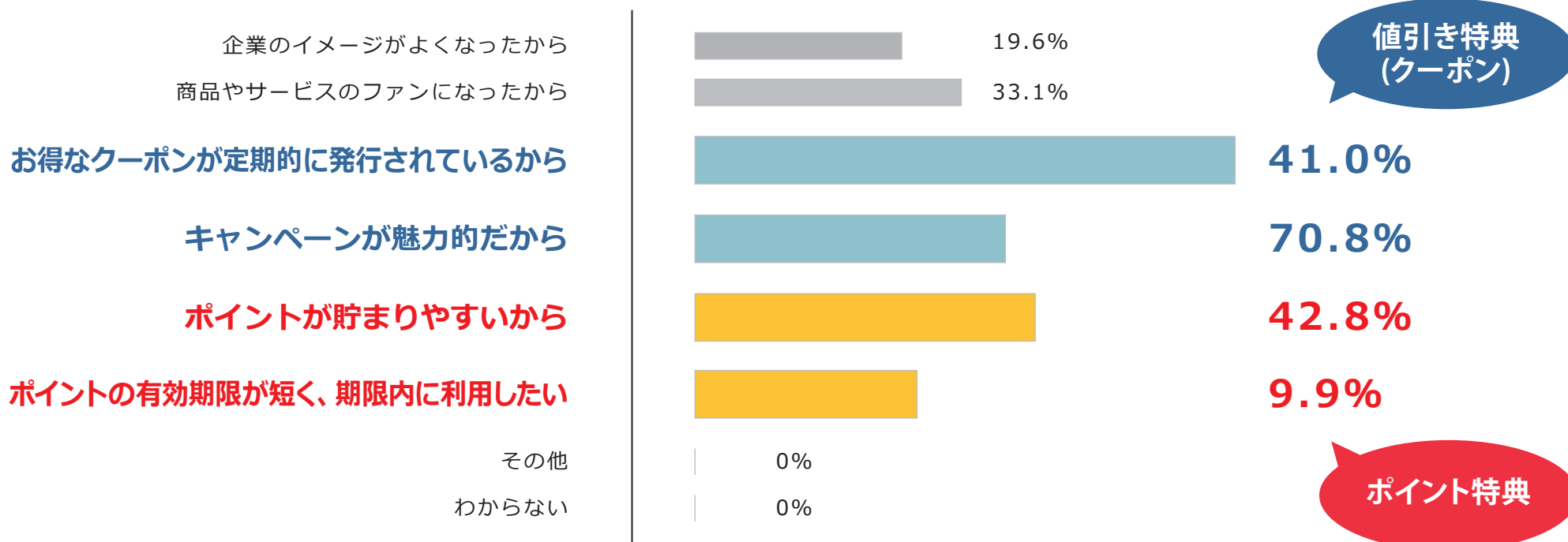
わからない





## 企業の公式アプリ利用で来店頻度が増えた理由

Q 公式アプリを利用することで来店する頻度が増えたと答えた120人に聞きました。  
**あなたが、公式アプリ利用で来店頻度が増えた理由を教えてください。**  
 あてはまるものを全てお選びください。



## 企業の公式アプリで貯まったポイントを使うタイミング

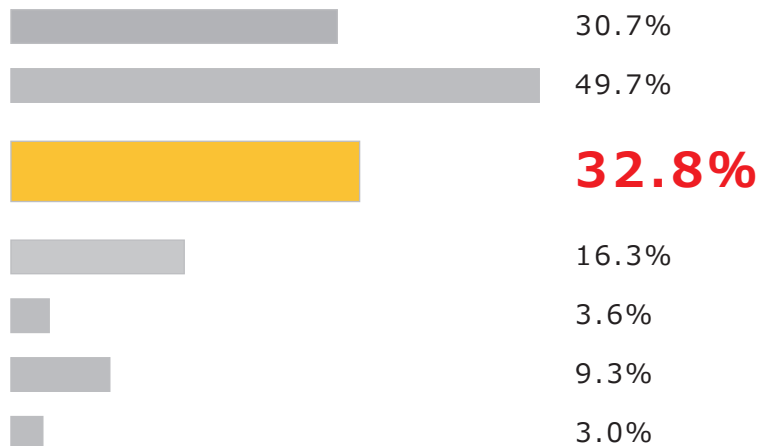
Q あなたは、公式アプリの利用で貯まったポイントをどのようなタイミング使いますか？

あてはまるものを全てお選びください。

還元できるようになったら、すぐ使う  
 まとまったポイントを貯めてから、使う

**有効期限が近付いたら、使う**

店員などに促されたときに使う  
 ポイントを気にしたことはない  
 ポイントは貯めてない  
 わからない



お客様離れを防ぐ効果も  
 ポイント販促にあることがわかる

## 【サニポの事例】 特典別の公式アプリのインストール率

1位・・・値引き	: 80.3%
2位・・・景品	: 77.8%
<b>3位・・・ポイント付与</b>	<b>: 65.1%</b>

※店内のポップを見てからインストールする確率の全体平均は73.5%です。

## 【サニポの事例】 お客様の呼び戻し率

2ヶ月以上来店のないお客様に、それぞれの特典を付けたメールを配信して、その反応率の違いをテストしました。(全体平均16.3%)

1位・・・ポイント付与	: 33%
2位・・・景品	: 8%
<b>3位・・・値引き</b>	<b>: 8%</b>

新規インストール率には  
値引きが、  
呼び戻し(リピート率)には  
ポイント付与が、  
効果的であることがわかる。

## 【番外編】 どれくらいの値引きが魅力的と感じるのか？

Q よくエステサロンに通う20代～40代の女性300人(全国)に質問しました。  
 以下の割引クーポンについて、どれくらい魅力的かそれぞれお答えください。

	とても魅力的	魅力的	ふつう	あまり魅力的を感じない	全く魅力的を感じない
・ 5%割引	8.4%	2.0%	21.0%	<b>28.5%</b>	<b>30.0%</b>
・ 10%割引	8.4%	19.2%	20.4%	<b>32.1%</b>	<b>19.8%</b>
・ 15%割引	10.5%	22.8%	30.9%	21.3%	14.4%
・ 20%割引	<b>19.2%</b>	<b>39.3%</b>	24.3%	9.6%	5.0%
・ 25%割引	<b>30.6%</b>	<b>40.5%</b>	17.4%	6.9%	4.5%
・ 30%割引	<b>53.2%</b>	<b>34.2%</b>	9.3%	2.4%	0.9%

**20%割引～**  
 魅力的と感じる人が多く、呼び戻しにも効果あり

## おまけ 「美容サロン、飲食店では共有ポイントは不向き」

弊社のクライアント様から

**「Tポイントのような【共通ポイント】と【お店独自のポイント】の違いなんですか？」**

というご質問を多くいただくので、おまけとしてこちらでお答えいたします。

【共通ポイント】に向いているのは

- ・他社と同じ製品を販売しており、商品での差別化が難しい業種（コンビニ・スーパー・ガソリンetc）
- ・客単価が低いが、購入頻度が高い業種です。（ガソリンスタンド・100円均一・リサイクルetc）  
（コンビニ・スーパー・ドラッグストアetc）

しかし、

美容サロン様や飲食店様の場合は単価が高く、お客様との接触時間が長いため  
お店独自のウリをPRできるチャンスが多く、ライバル店との差別化がしやすいのです。

つまり、

どの店でも同じポイント、同じ特典がもらえる【共通ポイント】よりも、

このお店でしかもらえない特典がもらえる【独自ポイント】の方が**ライバル店との差別化**を促進し、  
**お客様が本当に喜ぶ**特典をさしあげることができます。



運営会社

アクティブメディア株式会社

〒102-0094

東京都千代田区紀尾井町3-32

紀尾井町WITHビル4F

お問合せ：0120-321-863 / [info@sunnypoint.jp](mailto:info@sunnypoint.jp)

TEL / FAX：03-6256-8996 / 03-6256-8997

<http://activemedia.co.jp/>

<http://s.sunnypoint.jp/>

<b>1</b>	圧倒的な支持を得ているサイト	p.2
<b>2</b>	キャッチコピーの重要性	p.4
<b>3</b>	上位表示させるロジック	p.6
<b>4</b>	クーポンは最強ツール	p.9
<b>5</b>	フォトはアピールの決め手	p.11
<b>6</b>	ネット集客の決定打ブログ&クチコミ	p.13

# 1-1 圧倒的な支持を得ているサイト

サロン経営者の方はどのような方法で集客していますか？

「ネットを活用すれば、今までよりもっと多くのお客様に来ていただけるはず。そう思ったのに、集客はなかなか伸びない・・・。」と悩んでいる方は多いようです。

ホットペッパービューティーを上手く活用すればその問題を解決できるかもしれません。

それにはしっかりとした対策が必要です。費用対効果を割るなどサイト使用がマイナスにならないよう、有効的に活用して集客を増やしていきましょう！

ホットペッパービューティーはどれくらいの方が利用しているのでしょうか。

## 参画サロン数

ヘアサロン 29,008人 リラク・ビューティーサロン23,807人

## 年間予約数

ヘアサロン 28,082,495人 リラク・ビューティーサロン 16,389,366人

## 口コミ投稿数

ヘアサロン 1,366,727人 リラク・ビューティーサロン 917,075人

(<http://beauty.hotpepper.jp/doc/guide/saishindata.html>)





ホットペッパービューティーは、日本最大級のサロン探しのポータルサイトとして、美意識の高い20代、30代女性に多く利用されています。

2010年頃からネット予約サービスに重点を置きました。スマートフォンの急速な普及もあり、いつでもどこでもサロンの予約ができるようになったことから、2014年度にはネット予約数が急激に増えました。

「思い立った時にすぐ予約できる」のですから、お店の魅力が存分に伝わるサイトを作り、お客様がすぐにたどり着くことができさえすれば、集客は増えるのです。

また、サロンに最適な掲載プランを選ぶこともできます。情報量や検索性の異なる幅広いプランが用意されており、低予算での掲載も可能であり、無理なく安定した集客をすることができます。

ホットペッパービューティーは、多方面からお客様のニーズをキャッチし、そのサロンに適したプランで新規集客ができる、とても心強いツールなのです！

掲載しているサロン様のために弊社が考える新規集客のコツをご紹介します。

#### 次回のテーマ

<あなたのサロンを確実に見つけてもらうコツとは？キャッチコピーの重要性>



## 2-1 キャッチコピーの重要性

集客を増やすには、まずはあなたのサロンを見つけてもらうことが大切です。

どんなに素晴らしいサイトを作っても、気づかずにお客様が他のサイトへ流れてしまったりは、意味がなくなってしまいます。

ぜひ、たくさんのサイトの中から、早くあなたのサロンを目に止めてもらいましょう。

そのためには、目立たせるキャッチコピーが重要です！

### <売りの明確なキャッチコピーを>

お客様はそれぞれ、自分に合う良いサロンを探したいと思っています。

美白コースなら「美白クリームパックで澄んだ色白肌へ!」「ビタミンCのイオン導入でくすみ肌を明るく!」というように、「この施術をして、このような効果がある」ということを明確に打ち出しましょう。



### <コースのメインは何か>

どの施術をメインにするのかを決めてください。

たとえば「美白ケア」と「毛穴洗浄」の2つをする施術のコースを作ろうとしたとします。同じ施術内容であっても、「美白ケアコース・毛穴洗浄付き!」と「毛穴洗浄コース・美白ケア付き!」とでは、だいぶ印象が違います。

夏であれば日焼けが気になる方が多いので「美白ケア」を、秋であれば夏に汗などでつまった毛穴が気になる方が多いので「毛穴洗浄」をメインにするとよいでしょう。

このように、季節や時期を意識することも集客に繋がります。

### <他サロンとの違いをアピール>

自分のお店独自のフェイシャルマッサージや、こだわりの調合をしているトリートメントオイルなど、他のサロンにはない特徴をしっかりとアピールしましょう。

膨大な数の美容サロンがあるのですから、コース内容が魅力的であっても、「ここに行きたい!」と思わせる決め手は必ず必要なのです。

キャッチコピーができれば、それをできるだけ多くの人に見てもらうことが肝心です。そのためには、ランキングで上位表示されることが大事です。そのコツを次回でお話します。

次回のテーマ

あなたのサロンを確実に見つけてもらうコツとは?<上位表示するロジック>



## 3-1 上位表示させるロジック

前はキャッチコピーの重要性についてお話ししました。今回は、ホットペッパービューティーで確実にあなたのサロンを上位表示させるコツをお話しします。

### <オススメ順について>

ホットペッパービューティーは、主に「オススメ順」と「人気順」で表示されます。「オススメ順」は、ネットプランが上位で、かつホットペッパー本誌の掲載スペースのより大きいサロンが先に表示されるしくみになっています。

もちろん、「掲載料金の高い上位の商品プラン」は発見率が上がり、多くのお客様に見られるということになります。

しかし、高いお金を出さなくても、コツをつかめば「人気順」の上位をねらうことができるのです！

### <人気順について>

「人気順」の表示のロジックは明確に示されているわけではありませんが、「予約の取りやすさ」などが基準となっているようです。お客様に人気のあるサロンの定義により合うほど先に表示されます。



※ここからは正式には非公開の情報になりますので、ご参考までにご覧ください。

サロンボードにて毎月のサロンレポートをダウンロードしてスタイルPVを見ることが出来ます。そこから算出したデータから以下の理論が予想されます。

- ・全国人気ランキングで上位をとるにはスタイルPVが40,000~150,000必要である。
- ・地域の平均PV数と比較した場合、その地域で集客できている(上位)サロンは平均PV数の10倍ほど。  
※例えばあなたのお店の地域の平均値が25,000PVであれば、上位表示されるためには250,000PVが必要となります。

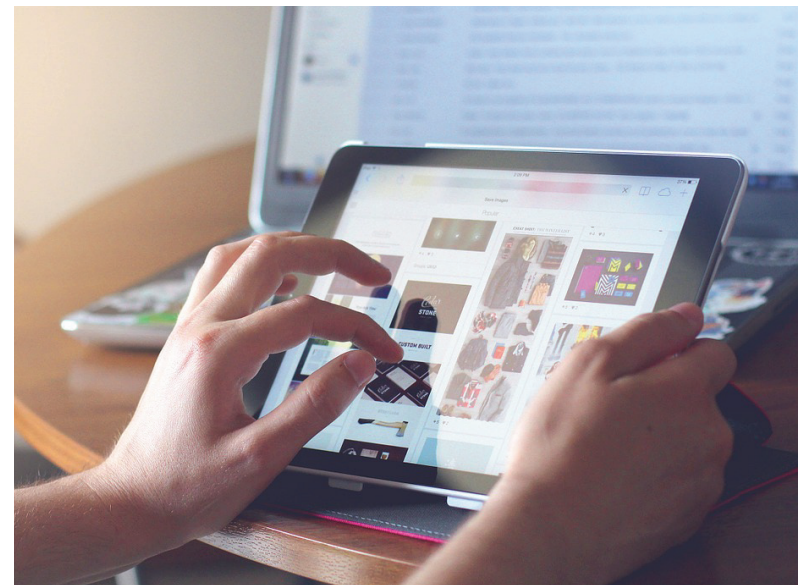
・ランキングに影響するアルゴリズムですが  
スタイルのアクセス数(スマホ・PCそれぞれ) + マイスタイル登録数(新規・リピーターそれぞれ)  
= の数値が高いほど人気順で上位表示されていると予想されます。

つまり人気順で上位表示を狙うにはアクセスだけ集めてもダメです。  
マイスタイル登録をゴールにした活動が重要となります。

【人気が出そうな可愛いヘアスタイルを作る】

↑SNSで広める    ↑ブログにリンクを付ける    ↑タグを工夫する

というようにマイスタイル登録までの導線をたくさん用意しておきましょう。



### <まめに更新をする!>

そして定期的に更新することも大切です。サイトを放置してしまうと、他サロンのサイトに埋もれていってしまいます。常に一番新しい情報を載せているというアピールにもなりますので、忘れないようにしましょう。アクセス数、口コミ数の増加につながります。

### <予約制限はなるべくしない!>

「いつでもどこでも予約」できることが強みなので、ネット予約が埋まっていて予約が取れないという状態はやはり避けたいです。

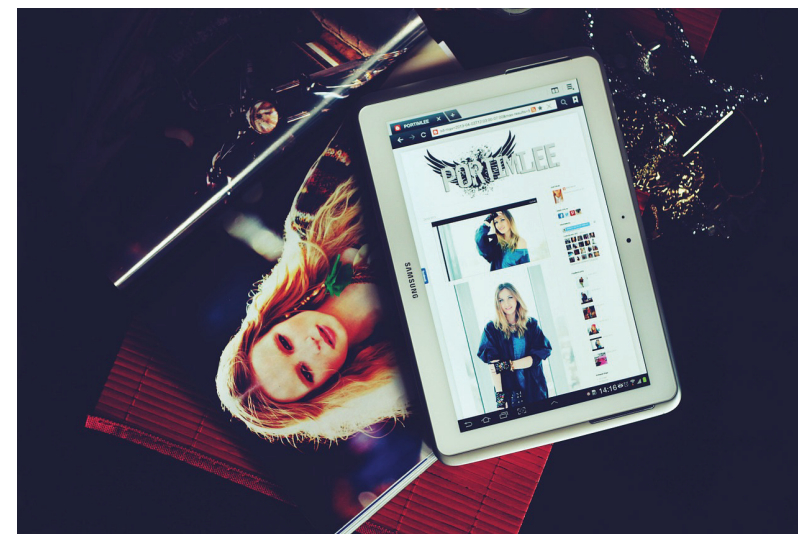
美容サロンは時間変更、コース変更は多いですが、予約台帳ではなくサロンボードをよくチェックするようにして、残りの予約枠を有効につかきましょう。

あなたのサイトが多く見られるようになったら、次はホットペッパービューティーに付属している機能を使いこなして、さらに集客を増やしましょう!

次回は集客のための強力な味方、<クーポン>についてお話しします。

次回のテーマ

確実に来店に導く方法とは? <クーポンでの集客のコツ>



## 4-1 クーポンは最強ツール

前回では、上位表示させるコツについてお話ししました。

さっそく、あなたのサロンの魅力を知ったお客様に、確実に来店してもらう方法をお話していきます。今回は、クーポンでの集客のコツについてお話しします。

### <クーポンの強い集客力>

クーポンはサロンの集客を大きく左右します。クーポン掲載数が多いほど、ネット予約数は増えます。ホットペッパービューティーでは、今では999枚まで掲載が可能になりました。今すぐクーポンについて見なおしましょう。

### <価格の設定は綿密に!>

「低い料金でクオリティの高い施術が受けられる」ことのアピールは大切ですが、新規集客のためだからといって、単価を下げすぎるとは利益が見こめなくなります。

メニューの組み合わせ型のクーポンというもあります。単価を大きく下げるのではなく、売りのメニューを組み合わせることによって、サロンの良さを感じてもらおうのです。時間延長やプレゼントもクーポンにできるので、あなたのサロンにあった価格設定にしましょう。



### <季節や時期を意識した内容に!>

季節によって、肌なら夏の日焼け、冬の乾燥というように美容の悩みは変わってきます。それぞれの季節にあったクーポンを掲載すると、「ちょうど希望をかなえてくれるクーポンがあった!」とお客様は思うはずです。

### <クーポンとフォトは連動させる!>

クーポンの使用は「サービスの質が通常コースより低いのでは」と不安になるものです。「この料金で、このような雰囲気の中、この施術が受けられる」ということをフォト付きで明確にすると、お客様は安心することができます。クーポンの紐つけ設定は必ずするようにしましょう。

以上のように、クーポンは集客を増やす大きな力になります。今回は、クーポンでも活用した、サロンの魅力を視覚的に伝えることができる<フォト>についてお話しします。

次回のテーマ

確実に来店に導く方法とは? <フォトはアピールの決め手>





## 5-1 フォトはアピールの決め手

前回では、クーポンでの集客のコツについてお話ししました。

今回は、フォトでサロンの雰囲気や魅力を十分にアピールするコツをお話します。

### <フォトの影響力は大きい>

視覚的にうったえるフォトは、お客様の心をつかまえる大事なツールです。あなたのサロンを選ぶ決め手になることもあります。これを有効に使わない手はありません。

今はフォトギャラリーの掲載数が最大9999枚となりました。十分にフォトを使って充実したサイトを作りましょう。

### <サロントップは雰囲気を伝える!>

お客様は施術の内容はもちろん重要視しますが、自分に合う雰囲気かもとても気になります。おしゃれで高級感の溢れるサロンに行きたい方もいらっしゃれば、気軽に入れるサロンに行きたい方もいます。初めにサロン全体のイメージができればよいようにしましょう。



### <スタッフを載せる!>

美容サロンは、「どのような人がサービスしてくれるのか」ということがお客様にとって重要です。スタッフの人となり事前にわかると安心できるものです。スタッフの施術スタイルや人柄などについてもどんどんアピールしていきましょう。

### <フォトギャラリーを最大限に活用!>

単純ですが、写真は整理して、見やすいフォトギャラリーを作りましょう。

フォトが多くても、ランダムに多数の写真を掲載するのは見づらくなります。店内風景を伝えたいのか、施術の様子を伝えたいのか、テーマを決めてください。

「何を紹介したいのか」をよく考えて、写真の選択、整理をすると良いでしょう。

### <何パターンか用意する!>

同じものを撮影した写真でも、アングルや色合いの違う複数の写真を用意しておきましょう。時と場合によって使い分けられると便利ですし、変更もすぐできます。

以上のようなコツをつかめば、言葉で伝わりきらないサロンの魅力を、フォトで強くアピールすることができます。

今回は、フォトも大活躍する強力集客ツール<ブログ>、そして集客の増減を大きく左右する<クチコミ>についてもお話します。

次回のテーマ

確実に来店に導く方法とは?<ネット集客の決定打ブログ&クチコミ>



## 6-1 ネット集客の決定打ブログ&クチコミ

さて、最後にブログとクチコミについてお話します。

ブログとクチコミは、リアルで新鮮な情報をお伝えすることができます。ぜひ今までお話ししたコツをふまえ、さらに2つの機能を最大限まで利用して、集客数をぐんとのばしましょう!

### <ブログはサロンの命>

日々日々更新を重ねましょう。

1回投稿するごとに、写真4枚とクーポン一枚の紐付ができます。

「このサロンはたくさんの方が毎日利用しているんだ」と思ってもらうことは重要です。短いスパでの更新は、最新の情報を提供できると共に、信用を導くことができます。

### <おすすめのキーワードを決める!>

おすすめはそのサロンの売りであり、現在のサロンの状況をあらわしています。ブログをじっくり読んでもらうというよりも、「アロマオイルを使った小顔マッサージが、今とってもおすすめです」など、パッとみてキーワードが頭に入りやすい文章にしましょう。



### <クチコミこそがファンを増やす!>

お客様は専門家ではなく、実際に行ったお客様の声を信じます。

クチコミによって集客は左右されるのです。リアルなお客様の声をできるだけ毎日チェックしてください。意見の傾向をつかみ、より良いサービスを目指しましょう。

### <クチコミは必ず返信を!>

人は自分の発言にこたえてもらうのは純粋にうれしいものです。

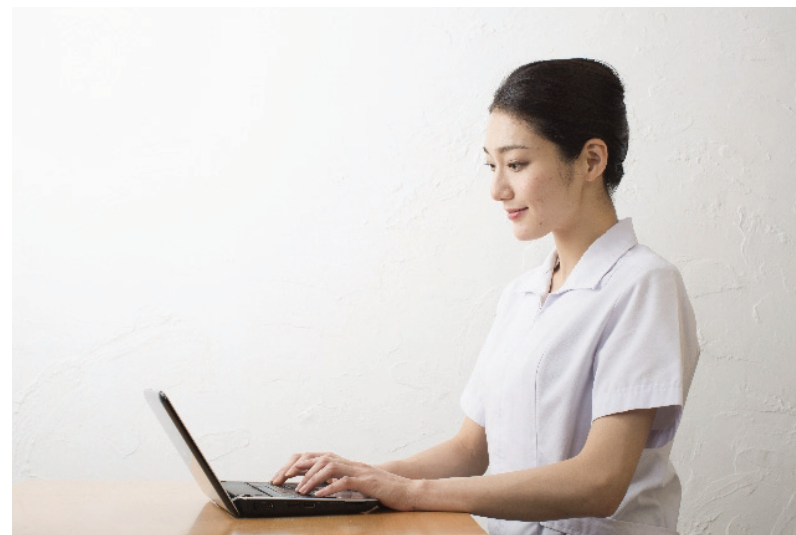
クチコミに対して、丁寧な返信をすると、「サロンから帰った後もきちんと気を使ってくれるんだな」とクチコミを書き込んだ方も、それを読む方も思ってくれるはずですよ。これにより新規・リピーターのお客様どちらをも増やすことができます。

いかがでしたか？

以上のようなコツをつかめば、必ずホットペッパーで集客を増やすことができます。

ただ、新規集客を増やすと共に、もう一度来てくださるお客様を増やすことが大切です。新規集客に向いているホットペッパーを上手に運用し、そしてリピーターの集客にはメニューの見直し、自社ブログの工夫、実際来店してくれたお客様へのサービスなどで集客増加を目指すなど、使い分けも重要です。

今回お話しした集客方法が、あなたのサロン運営のお役に立てればと願っております。



## ホットペッパービューティー参考URL

<http://beauty.hotpepper.jp/doc/guide/saishindata.html>

<http://www.ambition-net.com/hotpepper/hotpepperbeauty.html>

<http://ribiyo-news.jp/?p=15831>

<http://beauty.hotpepper.jp/doc/keisai/keisai.html>

[http://beauty.hotpepper.jp/esthe/svcSA/grcGR06\\_spdL065/](http://beauty.hotpepper.jp/esthe/svcSA/grcGR06_spdL065/)

<http://abehiroyasu.com/soushin-copy/>

<http://abehiroyasu.com/catch-copy1/>

[http://modeling-3c.com/hotpepper\\_beauty](http://modeling-3c.com/hotpepper_beauty)

<http://abehiroyasu.com/hotpepper-color/>

<http://t-c.co.jp/hotpepper/faq.php#7>

<http://beauty.hotpepper.jp/kr/slnH000051659/coupon/?cstt=1#couponList>

<http://shukyaku-chirashi.com/category16/entry791.html>

<http://nk-vision.com/ryoukin/>

<http://www.hp-beauty.jp/category/1382403.html>

<http://www.hp-beauty.jp/category/1382403.html>

<http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000237.000011414.html>

<http://hba.beauty.hotpepper.jp/case/1404/>

<http://beauty-hp.net/voice>

<http://beauty-hp.net/voice/kadai/coupon>

<http://beauty-web.jp.net/news/392/>

<http://salonsblog.com/hotpepper-beauty#i-12>

