

美容室・サロンの ブログ集客ノウハウ 完全ガイドBOOK

これからブログを始める人向け…1P

ブログ選びのポイント…1P

ブログを書き続ける3つのメリット…2P

美容室ブログ集客のコツ…5P

すでにブログを運営している人向け…10P

この4つを無視するとブログで集客できない…11P

ブログ診断・27の質問…17P

集客効果抜群！予約が増える魔法のボタン…25P

リピーター集客ラボ

当内容、テキスト、画像等の無断転載・無断使用を固く禁じます。
また、NAVERまとめ等のまとめサイトへの引用を厳禁いたします。

世の中には様々なブログが存在しており、美容室集客においても情報発信の媒体として非常に有効です。

デザインが良い、使いやすいなどブログによって様々ですが、どれを選んだら良いか分からない場合も多いのではないのでしょうか？

今回はブログ選びと集客方法についてのポイントをご紹介します。

ブログ媒体選びのポイント

美容室がよく集客に使うブログ媒体には主に以下の様なものがあります。

- ・FC2ブログ
- ・Ameba（アメーバブログ）
- ・livedoor（ライブドアブログ）
- ・Seesaa（シーサーブログ）
- ・JUGEMブログ
- ・エキサイトブログ
- ・G o o ブログ
- ・ウェブリブログ
- ・ココログ

これ以外にも多くのブログが存在しますが集客で活用したい場合、どれが良いかは様々な意見があります。これだけでもどれを使ったら良いのかわからなくなってしまいそうです。

しかしブログで集客を行おうとする場合「どの媒体が良いのか」はあまり関係ありません。

ブログを活用して集客に成功している店舗は以下の様な視点でブログを選んでいきます。

- ・ターゲットは普段どこに集まるか？
- ・ターゲットがよく見る雑誌はなにか？
- ・ターゲットはネットで何を見ているのか？

このように、自分の商品を買う可能性が高いターゲットの属性を意識したブログ選びをすることで集客に効果的なブログになります。

多くの人は「どのブログが良くて、どのブログ媒はダメだ」という視点でブログを選んでしまいがちです。

売れている人たちの結果だけを見て、表面的な部分のみを真似をしてしまうという傾向があります。

『**自分のターゲットはどこに集まるか？**』を考えずにブログを選んでしまうと使ってはみたものの、反応の薄いブログだったという結果に陥ってしまいます。

例えば、「集客にはアメブロが良い」といっても、その媒体を読んでいる人の層は決まっています。

自分のターゲットとかけ離れていたら、どんなに良い記事を書いても響きません。

ターゲット属性とブログの属性を考えたブログ選びが集客で成功するためには欠かせないのです。

各ブログ媒体の詳しい特徴については以下の記事を参考にしてください。

[【美容サロンのブログ集客】メリット・デメリット・利用者層などまとめ](#)

ブログを書き続ける3つのメリット

今やブログは企業・個人を問わず、情報発信・集客には欠かせない媒体とも言えるようになってきました。ブログを活用して集客を行っている美容室も多いかと思います。

しかしブログを開始したはいいいけれど

- ・書くことが無くなった
- ・途中で面倒になった
- ・集客への効果を感じない

といった理由から放ったらかしになってしまっているケースが多いのではないのでしょうか？
そこで本項ではブログを活用することのメリットについてご紹介していきます。

ブログを書くことには以下の3つのメリットがあります。

- ・上位表示されやすくなる（SEO）
- ・自分の強みを嫌味なく宣伝できる
- ・会おう前から信頼関係を築ける

順番に見ていきましょう。

①：インターネット検索で上位表示されやすくなる（SEO）



美容室のホームページを持っている場合、多くはホームページ内にブログリンクを貼ったり、組み込んだりしている場合が多いかと思います。

日々ブログを書くことでページ数が増え、検索結果に引っかかりやすくなりSEO対策につながります。

しかし、ただページ数が増えれば良いわけではありません。見ている人の為になるか、様々なキーワードが盛り込まれているか、なども検索評価に影響します。しっかりとした内容の記事を書き、更新頻度を上げることがSEO対策のポイントでもあります。

②：店舗の強みを嫌味なく宣伝できる



美容室は専門的な分野になります。

例えば美容師という専門家が自宅で出来るヘアケアをブログで紹介したり、美容室で行っている取り組みについて詳しく紹介することで自然に強みを宣伝できます。

③：出会う前から信頼関係を築ける



美容室などのブログでよく見かけるのがキャンペーン情報のみを書き込んでいるケースです。

店舗情報を発信しているとはいえこれではただ「売込み」をしているのと変わりません。

人は売込みをされると警戒心を抱きます。

売込みの多いブログでは集客どころか逆に離反してしまう場合も考えられます。

信頼関係を築くには、店舗の強みやコンセプトといった自分たちの持ち味は何なのか、どういったことを大切にしているのかといった理念を発信することです。

そうすることでお客様が来店する前にも信頼関係を築くことができます。

美容室ブログ集客のコツ

ブログに何を書けば良いのか分からない…

私はこれまで2200店以上の美容サロンの集客サポートをしてきました。

その中で私はメール配信によるリピート集客を中心としたノウハウをクライアントの美容室経営者にお伝えする中で、本当によくある質問が「ブログに何を書けばいいですか？」という質問です。

すでにブログを『やっている』『やっていない』に関わらず皆さんよく気にされています。この質問を受けて私は「お客様が喜ぶ情報なら何でも大丈夫ですよ」とお答えしています。

お客様が喜ぶ情報と聞いて「え？それが難しいんですよね…？」と、もしもあなたが思ったら、本項の内容を是非参考にしてください。

美容室を利用するお客様が喜ぶ情報を発信するのは決して難しくありません。

お客様からよくある質問とその答え

あなたがいつも美容室で行っている業務を文章にしてブログで発信するだけでOKです。

例えばこちら（↓）

お客様からよくある質問はなんですか？

そして、あなたはその質問に何と答えますか？

自分の悩みや気になっていたことにプロが答えてくれるわけですからお客様にとって、とても有益な情報です。

例えば「一人でやれるホームケアを教えてください。」という質問が多いサロンはこの質問をそのまま見出しにしてください。そして、本文で詳しいホームケア方法を教えつつ次回の来店オススメ時期をしっかりと伝えていく。そうすることで有益な情報を読んだお客様は、あなたの美容室に『信頼感』が芽生え、「信頼しているサロンがオススメするなら…」と思うようになり、次回来店のオススメがサロンからの『宣伝』ではなく『アドバイス』となり、すんなり受け入れてもらえるようになります。



そして、あなたの美容室のファンになっていきます。

『お客様のお悩み・疑問に答える』

これはあなたが普段からしているサロン業務と同じだと思います。決して難しくありませんし、むしろ楽しんで出来るはずです。

まずは、そんな有益な情報をお客様に発信してみてください。必ず変化があるはずです。

タイムリーな内容

もう一つのオススメはタイムリーな内容で、一番わかりやすいのが季節です。

今の季節あなたのお客様の体調や、心や、生活は、どのような変化が起こるでしょうか？

そしてその変化にあなたのサロンはどのような貢献ができるでしょうか？

それをブログで発信してください。

季節の話題はお客様にとって「今の自分に関係のある話」になりやすいので注目度が高い！という特徴があります。

もちろんインターネット上でもタイムリーな話題は普段よりも検索されやすくなりますのでブログの新しい読者が増えるという可能性も高いというのが大きなメリットです。

その参考にしていただけるようにそれぞれの季節の特徴や祭日などをまとめて、美容サロンの大手チェーン店はどのようなキャンペーンを行っているのか？という事例付きで解説するPDF資料をプレゼントします。

無料でダウンロードできてスマホでも読めますので是非ダウンロードしてください。

→[集客できる販促企画カレンダーPDF資料](#)



美容のプロであるあなたの話は喜ばれる

「じゃあ物知りじゃないとファンは作れないのですか？」と思われたかもしれませんが、そうではありません。美容のプロであるあなたの視点から見た日常の話題でも大丈夫です。それだけでもお客様にとっては十分、非日常的な情報であり、「気付き」が起きやすく、面白く感じて、あなたのファンへの一步を踏み出します。



例えば野球選手のイチローさんは、プロ野球という独特の視点から見たコメントが人気ですね。

それを集めた本も出版されていてすごく売れています。

また、将棋の羽生よしはるさんは、将棋で培われた判断力などの棋士の視点で世の中のことを話しています。

こちらの本もすごく売れています。

あとはiPhoneの生みの親であるアップル社のスティーブジョブズ、ソフトバンクの孫まさよしさん、ホリエモンこと堀江たかふみなどのビジネスマンや、ブラック企業で働くサラリーマンや家を買うフリーターの話なども話題を集めました。

知らない情報を伝えるといことは何もノウハウを与えるばかりではありません。

人や物や世の中を、美容のプロとしてのあなた独自の視点で伝えることで十分知らない情報となり「気付き」を与えることができます。



春になるとブログに桜の写真をアップしている人が増えます。

みんなアップしてるし、美容室と桜は関係ないからアップしちゃダメですね…と思うかもしれませんが、あなたもアップして大丈夫です。そこにプロ独自の視点があればOK！

例えば美容室であれば「春は乾燥しているので私はこうスタイリング剤を使っています」といった話を付け加えてみましょう。

他にも「突風でもアップスタイルを崩さないために私はこうヘアピンを使います」などなど。プロ独自の視点さえ維持していれば情報発信に困ることはないはずです。

まとめますと、

プロ独自の視点で日常の情報をお客様に発信する

→お客様に気付きをたくさん与えることができ医者と患者の関係性ができてくる

→それがお客様があなたのファンになる第一歩です。

ぜひこの法則を覚えておいてください。

最適なブログの文字数は？

さらに、上手く集客するコツをもう一つ紹介します。

ブログの場合、インターネットで検索された時に上位に表示されるために最低限、必要となる文字数というものがあります。

実際どのくらいの文字数が必要なのか、キーワード別に上位10サイト（検索順位1位～10位）を分析して、上位表示に必要なブログの文字数を調査しました。

上位に表示されたブログの50%が4000文字以上で、

3000～3999文字が20%

2000～2999文字が20%

1000～1999文字が10%

ということで（上位を目指すためには他にも細かいロジックはありまして、本項では省略しますが）ブログで効果的に集客するためには**2000文字以上**にすることが目安と言えます。

いかがでしたでしょうか？

これからブログ集客を始める人向けに下準備や心構えなど解説しました。

それでは次ページからは、実際にブログ集客を開始した人向けに効率よく集客するコツなど詳しく解説していきます。

どうぞ最後までお付き合いください。

すでにブログを
運営している人向け

ブログをやっているけど、

集客に繋がっている実感がない…

なぜか検索順位が上がらない…

なぜかアクセスが伸びない…

と悩まれていませんか？今あなたが運営しているブログが本当に集客できるものか？ブログの集客効果を最大化するにはどうすれば良いか？など詳しく解説します。

この4つを無視するとブログで集客できない

まず最初にお伝えしたいのはブログとブログ集客は別な行為だという事です。

『ブログ = 日記』ですので、その日に起きた出来事や想いを書きます。

こうした内容は悪いことではないのですが、ブログの目的が『集客』だとすれば、これは間違いです。

『集客を目的としたブログ』は、キーワードを全て設定し、そのキーワードに対して詳しい記事を書いていくことです。

(例)

「永田町 x ダイエット」というキーワードに対して詳しい記事を書く

そうすることで、そのキーワードがインターネットで検索された時に結果の上位に表示されるようになります。

あなたの経営する美容室・サロンに関わりのある多種多様なキーワードで検索の上位表示を獲得してこそブログ集客の真の効果が発揮されます。

※検索した結果で1ページ目に表示されない場合はほとんど読まれていないに等しいので集客効果は見込めません。

本章では、どのようなキーワードを狙えば良いか？つまり、どんなブログを書けば集客できるのか？を具体的に4つのステップで詳しく解説します。

1：見込み客が検索しそうなキーワードを洗い出す

1-1：ペルソナ設定

あなたの経営する美容室・サロンに来店しそうな人、つまり見込み客をしっかりと想定するようにしましょう。

あなたの経営する美容室・サロンの既存顧客の中で、最も来店してくれており口コミ紹介をしてくれるVIP客を洗い出すのが一般的です。

このVIP客を一人に絞り、普段どんな行動を取っているか？どんなことに関心を持っているか？などを詳しく想定します。（実際にVIP客に聞くのも効果的ですよ）

このような戦略はマーケティングの世界ではペルソナ設定と呼ばれています。

そして、あなたの理想の見込み客がインターネットでどんなキーワードを検索するのか？これを思いっただけノートに書き出していきましょう。

1-2：人気メニューの洗い出し

あなたの経営する美容室・サロンで最も人気のあるメニューも集客できるキーワードの候補になります。

これも全て書き出すようにしましょう。

1-3：場所+aで記事を書く

そして、最も見込み客が検索しそうなキーワードは場所ですよね。

見込み客は自宅や職場の近所で美容室・サロンを探す可能性が高いですし、『通しやすい』というのは最大の来店動機になります。

ということで、『あなたの美容室・サロンのある場所名』+『人気メニュー名』などを掛け合わせたキーワードでブログを書くようにしましょう。

（例）永田町 x 縮毛矯正

2：キーワードの検索ボリュームを調べる

さて、前項で『見込み客が検索しそうなキーワード』や『人気メニュー名』を洗い出しました。これらのキーワードはもちろん上位表示を狙うべきですが、優先順位というものがあります。検索されている回数が多いキーワードを優先してブログを書くようにしましょう。全く検索されていないとニーズがないのと等しいですからね。

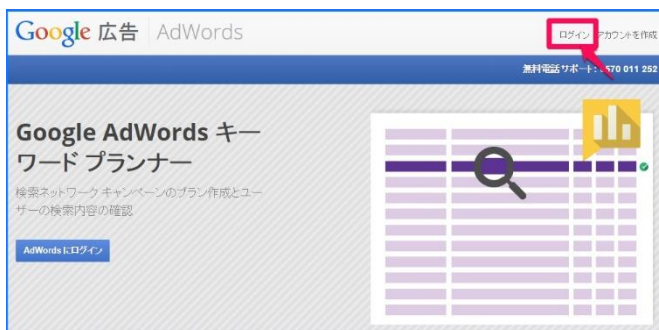
2-1：検索ボリュームは無料で調べることができる

どれくらい検索されているのか？という検索ボリュームは、実はGoogleキーワードプランナーという無料ツールで簡単に調べることができます。

Googleのアカウントを持っていれば誰でも使えるので是非試してみてください。

STEP 1：Googleキーワードプランナーにログインする

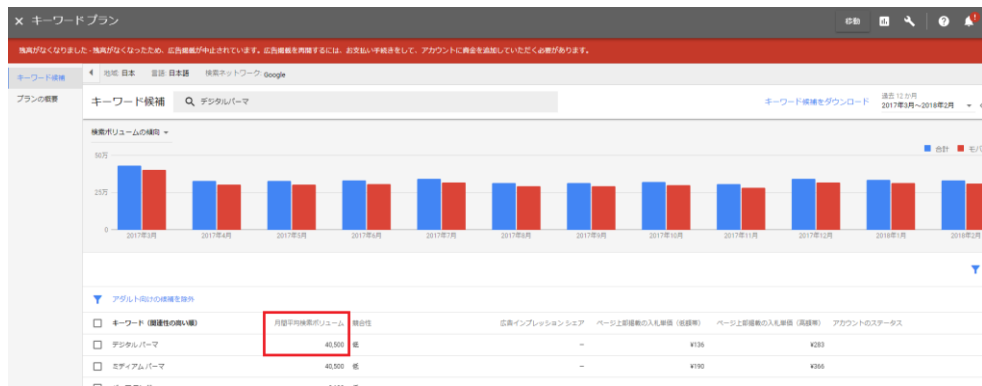
※Googleアカウントが必要です。お持ちでない方は[こちら](#)から登録してください。



STEP 2：キーワードプランナーに検索ボリュームを調べたいキーワードを入力します。



STEP 3：検索ボリュームが表示されます。



2-2：検索ボリュームはどれくらいが最適？

美容室・サロンがブログで集客するためのキーワード設定は、『場所名+a』がオススメです。しかし、Googleキーワードプランナーで『場所名+a』で調べても、ほとんどが0回になります。（渋谷・新宿・青山などの激戦区は除きます）

Googleキーワードプランナーで調べるのは『見込み客が検索しそうなこと』や『人気メニュー名』などを調べるようにしましょう。そして、その結果として月間検索数100回以上のものを優先してブログを書くのがオススメです。

2-3：呼び方を変えてみる

検索ボリュームの調査で気を付けるべきことがあります。
それは、同じものを指していても呼び方が違う場合があることです。

(例)

ミニモ → 月間検索回数…27,100回

minimo → 月間検索回数…12,100回

と2倍以上の差が出る場合もある

特に美容室・サロンの場合は、そのお店独自のアレンジを加えたメニュー名にしていることも多いです。あくまでも一般的な呼び方を選ぶように、検索ボリュームをしっかりと調べてるようにしましょう。

そして、場所名でも同じことが言えます。

あなたの経営する美容室・サロンが駅と駅の間にある場合は、利用者の多い駅名を優先すべきです。あとは車移動が当たり前の地域であり駐車場のある美容室・サロンだった場合は、駅名よりも『〇〇通り沿い』などを優先させた方が良いでしょう。

あなたの経営する美容室・サロンのある場所に適宜使い分けてください。

3：キーワードを実際に検索してみる

ブログ集客で狙っていくべきキーワードがある程度決まったら、実際にそのキーワードを検索してみましょう。ライバルがどのようなブログ記事を書いて上位表示に成功しているのか？を調べることは重要です。

キーワードを検索して上位1～10位を調査していくわけですが、具体的な方法を解説します。

STEP 1：ライバルサイトのタイトルやキーワードを調べる

私のオススメの無料ツールは[SEOチェキ！](#)です。

調査したいサイトのURLを入力するだけでタイトルやキーワードを調べることができます。

SEOチェキ！
無料で使えるSEOツール

「キーワード」で
1位になるために必要な対策をご案内

SEO対策
無料ご提案は
こちら

PR 月額7,980円以下のロングセラーSEOは上位表示達成率【74%】

サイトSEOチェック

URL

▶ チェック！



ページ情報

URL	http://activemedia.co.jp/
① title	美容室・サロン集客の情報満載 リピーター集客ラボ
② description	美容室・サロン集客の情報は業界ナンバー1の規模！すぐに役立つ集客の実例や具体策をメルマガや動画セミナーを通じて無料公開します。現在2,200店以上をサポート中で、販促プロモーション実例や、お客様へのアンケート調査など最新レポートも無料ダウンロード可能。あなたのサロン経営のヒントに必ずなります。
③ keywords	美容室, サロン集客
h1	美容室・サロン集客の情報満載 リピーター集客ラボ
発リンク数	外部リンク:90 内部リンク:12 全ての発リンクを見る
最終更新日時	- HTTPヘッダを見る
ファイルサイズ	54.7KB
④ ページ読み時間	1916秒

①サイトタイトル（記事のタイトルです。）

自分のブログはできるだけキーワードが左側にくるようなタイトルにしましょう。

②ディスクリプション（記事の説明文です。）

検索した答えが明確に書いてあります、と分かりやすく説明しましょう。

③キーワード

自分のブログでは、その記事で狙いたいキーワードを設定します。

④ページ読み込み時間

早い方が有利です。遅い場合は使っている画像を縮小したりするなどして改善しましょう。

などの項目でライバルのブログを調べておきましょう。

STEP 2 : キーワード出現率を調べる

同じくSEOチェキ！でキーワード出現率を調べます。

キーワード出現頻度チェック

URL

チェック

総単語数:616

ワード	回数	比率
集客	38	6.17%
サロン	31	5.03%
販促	20	3.25%
企画	13	2.11%
ネタ	12	1.95%
月	12	1.95%
美容室	10	1.62%
ブログ	6	0.97%

STEP 3 : ライバルのブログ記事のテキスト数を調べる

調査したい記事の全文をコピーして[テキスト数カウンター](#)に張り付けます。

STEP 4 : ライバルのブログ記事の内容を120%ほどの数値で上回る記事を書く

タイトルやキーワードなどを、ライバルよりも魅力的なものにした上で、
記事の内容はライバルの数値を120%ほどで上回ることを意識するようにしましょう。

(例)

ライバル記事の文字数 : 10,000文字 → 12,000文字以上で書く

ライバル記事のキーワード出現率 : 10% → 12%以上になるように書く

4 : 集客できるブログをブログを書く

狙ったキーワードで、ライバルサロンのブログを上回る内容で書くことができれば早ければ
10日前後、通常は数ヶ月でじわじわと上位表示されるようになります。

キーワードで検索して1ページ目に表示されることができれば、あなたのブログを見てくれる
人が増えてくるはずです。

そして、ブログを見てくれた人に対して来店を促すことも忘れないようにしましょう。
特に重要なことは2つあります。

1つ目は、あなたの経営する美容室・サロンを利用すべき理由を明確に書いておくこと。

2つ目は、WEB予約システムなどを完備して予約しやすい状況を提供してあげること。

この2点がないと、せっかくブログを見てくれた人が増えても来店まで繋がりません。
ここまでやって初めて集客できるブログとなるというわけです。

参考 : 私たちの提供するWEB予約システムの商品ページ

↓↓↓

[【WEB予約システム・月額5,000円】全ての予約を一元管理してサロンワークに集中できる
\(サロンボード相互連携は当社だけ!\)](#)

ブログ診断：27の質問

あなたのブログがしっかりと“集客力”のあるブログになっているか？とっても簡単な25の質問で診断できるようにしました。

ぜひ、1つずつ出来ているかどうか確認してみてくださいね ^^

ブログ記事のタイトル編

(1) キーワードの選定をしてブログ記事を書いていますか？

ブログを直訳すると日記です。

しかし、本当の日記のように思いついたことを、ただ何となく書いているとアクセスは伸びません。どのようなキーワードで記事を書くのか？を考えてからブログ記事を書くようにしましょう。

(2) ビッグキーワードを狙っていませんか？

例えば『ダイエット』というキーワードの検索される数は55万回 / 月です。

このような検索ボリュームの大きなキーワードで10位（検索1ページ）以内にあなたのブログを表示させるのは不可能に近いです。そして、11位以降に表示されてもほとんど見てもらえないことはありませんので、狙わない方が無難です。

(3) 2語以上の複合キーワードになっていますか？

では、どうすれば良いのか？というと複数のキーワードを狙うようにしましょう。

美容室・サロンがブログで集客する場合にオススメな複合キーワードは『地名』『業種名』『メニュー名』を組み合わせることです。

（良い例）

新宿 ダイエット キャビテーション

渋谷 エステ オールハンド

(4) キーワードを詰め込み過ぎていませんか？

かといってキーワードを詰め込み過ぎるのは逆効果です。

Googleからペナルティを受けて検索表示の順位を下げられてしまうこともあります。

あくまでも自然にキーワードを盛り込むようにしましょう。

(ダメな例)

新宿のダイエットサロン〇〇では、□□ダイエット法で1ヶ月5kgのダイエットに成功！

(5) 狙ったキーワードのライバル調査はしていますか？

狙うキーワードを決めたらライバル記事の調査をするようにしましょう。

そのキーワードをGoogleで検索して、10位以内の記事を調査しましょう。

主な調査項目は『内容』『記事タイトル』『文字数』『キーワード出現率』などです。

※おすすめの無料SEOツール→SEOチェキ

ライバルの数値を120%以上で上回るような記事を書けない場合はライバルを超えるのは難しいです。

(例)

ライバル記事の文字数：10,000文字 → 12,000文字以上で書く

ライバル記事のキーワード出現率：10% → 12%以上になるように書く

(6) タイトルにキーワードを入れていますか？

ブログの記事タイトルはSEO対策で最重要！と言われるほどの大切なポイントです。

狙ったキーワードをタイトルに必ず入れるようにしましょう。

その際は出来るだけ左詰めに盛り込むことで効果は高まります。

(例)

『新宿 ダイエット サロン のブログ』という記事タイトルの場合。

効果が一番高いキーワードは『新宿』になります。

(7) タイトルは魅力的ですか？

あなたのブログ記事はライバル記事と比較されます。

「見た方が得！」「今見ないともったいない！」と瞬間的に思ってもらえるような魅力的な記事タイトルにしましょう。人気の本や雑誌に書かれているキャッチコピーが参考になります。あなたの経営する美容室・サロンを利用するお客様が好みそうなものを選びましょう。

(8) アイキャッチ画像の設定はしていますか？

ブログ記事にアイキャッチ画像は設定するようにしましょう。

文字より画像の方が視認性が高いため魅力的なブログ記事タイトルが伝わりやすくなります。

ブログ記事の内容編

(9) 検索の意図に合った内容になっていますか？

「なぜ調べているのか？」「調べた人が満足いく内容になっているか？」を考えてブログ記事を書くようにしましょう。

(10) 日記のようなブログになっていませんか？

「今日は昔からの友達とランチしてきました！楽しかった♪」といった内容のブログならないように注意しましょう。ブログのサクセスを伸ばして、美容室・サロンへの来店に結び付けたいのであれば、検索した人が読んでためになる内容を書くようにしましょう。

(11) 文字数は2000字以上になっていますか？

ブログの場合、インターネットで検索された時に上位に表示されるために最低限、必要となる文字数というものがあります。

実際どのくらいの文字数が必要なのか、キーワード別に上位10サイト（検索順位1位～10位）を分析して、上位表示に必要なブログの文字数を調査しました。

上位に表示されたブログの50%が4000文字以上で、

3000～3999文字が20%

2000～2999文字が20%

1000～1999文字が10%

ということでブログで効果的に集客するためには2000文字以上が目安と言えます。

（12）見出しタグを使っていますか？

見出しタグ（h1、h2、h3）とは本で言うところの目次のようなものです。

見出しタグを全く使わない、間違った見出しタグの使い方をしている、といった場合はSEO効果が逆に薄れて検索上位を狙えなくなります。

（例）

見出し1（h1）→ブログ記事タイトル

見出し2（h2）→大見出し

見出し3（h3）→小見出し

といった具合で重要度が増しますので、上手に使い分けるようにしましょう。

（13）関連記事のリンクを張っていますか？

あなたの美容室・サロンが運営するブログの記事をたくさん読んでもらった方がSEO効果は高まります。1記事書いて終わりではなく、関連記事を増やしてリンクを貼り、次のページへの誘導するようにしましょう。

（14）自己開示してますか？

検索した人にとって役に立つ記事を書くことも大切ですが、あなたや美容室・サロンのスタッフの人間性が伝わるようにすることも大切です。

個人的な想い、感想、プライベートなど適度に自己開示をするようにしましょう。

(15) 読みやすくしますか？

誤字脱字はもちろん、文字ばかりのブログ記事だと、読者にストレスを与えて読むのを止められてしまいます。途中で読むのを止められてしまうとSEO効果も下がります。

- ・改行して文字の塊を作らない
- ・色やサイズを変える
- ・画像を使う
- ・専門用語ばかり使わない

など、読みやすく工夫するようにしましょう。

私のクライアントのサロン「YOSAPARK」様では、読みやすく工夫したことによって来店率を一般平均の3倍以上にアップさせた例もあります。

特にスマホが普及した現代では「下へ、下へ」と、どんどんスクロールしてもらえるように工夫すると効果的です。

(16) コピペしていませんか？

ライバルの記事が「いいな」と思っても、丸っきりコピーしないようにしてください。著作権違反にあたる場合がありますし、コピペブログはGoogleからペナルティを受けSEO的にも不利になります。

ブログの分析編

(17) インデックス登録されていますか？

まずはあなたのブログがGoogleにインデックス登録（Googleで検索して表示される状態）をされているか確認してみてください。

Googleの検索窓に「site:」と入れて、その後ろにあなたのブログ記事URLを入れることで確認できます。

(18) 分析はしてますか？

GoogleやYahooで検索上位を狙うなら、Googleが無料提供しているSEOツール『サーチコンソール』『アナリティクス』に登録しておくことは必須です。

サーチコンソールはインデックス登録を早めたり、ブログがペナルティを受けていないかのチェックに活かすことが出来ます。

アナリティクスはブログに『いつ』『どんな人が』『どれくらい』『どのように』あなたのブログを見たかを解析することが出来ます。

(19) 滞在時間は1分以上になっていますか？

一般的にブログの滞在時間は平均1～2分と言われています。

専門性が高いブログほどよく読まれるため滞在時間が長くなります。

一方、滞在時間が短い場合、質の低いブログとGoogleに判断されてしまい表示順位に悪影響となるわけです。

先述のアナリティクスで滞在時間を調べることができます。

もし、1分をきってしまっている場合は改善が必要です。

(20) 直帰率は90%未満になっていますか？

一般的にブログの直帰率は平均80～90%くらいと言われています。

質の高いブログは次へ次へとたくさんの記事を読まれるため直帰率は低くなります。

一方、直帰率が高い場合は質の低いブログとGoogleに判断されてしまい表示順位に悪影響となるわけです。先述のアナリティクスで直帰率を調べることができます。

直帰率が90%以上を超える場合は、「次のページに誘導」が出来ていない状態なので、
(11)で紹介したように関連記事のリンクを貼るようにしましょう。

中級編（ある程度ホームページ運用の知識がある人）

(21) https化はしていますか？

「https」とは「ssl証明」のことを指します。
簡単に言うとブログがセキュリティ化されているかどうか、安全なサイトがどうかを示すものになります。表示順位に影響しますので、もしあなたの美容室・サロンのブログURLが「http」のままであれば早急に「https」化しておきましょう。

(22) 表示速度は遅くないですか？

表示が遅いブログは読者にストレスを与えるためSEO的に悪影響となります。
Googleが提供するPageSpeed Insightsでブログが表示される速度を計ってみてください。
数字が60以下なら問題があるので改善が必要です。
「画像の圧縮」「サーバーの引っ越し」後述するこの2点を改善すると効果的です。

(23) 画像サイズは大きすぎませんか？

ブログの表示速度の改善が必要な場合は、まずは、画像のサイズが小さくなるように圧縮しましょう。

(24) サーバーは重くないですか？

あなたのサーバーが重くなるとブログ全体の表示速度が遅くなります。
ロリポップやさくらサーバーなどを使っている場合は、エックスサーバーに移転することで改善されることが多いです。

(25) 不要なプラグインは入っていませんか？

使っていない不要なプラグインが入っているだけで、ブログが重くなることもあります。インストールしたものの使っていないプラグインは放置せず、削除するようにしましょう。

(26) 被リンクはありますか？

被リンクとは簡単に言うと、あなたのブログが別のサイトで紹介されることです。

あなたの美容室・サロンのホームページやブログを良いと思った人が、自分のサイトなどにリンクしてくれること言います。

質の高いサイトにたくさんリンクされると、あなたのブログ全体の評価が上がることもあるためSEO効果を見込めます。

ただし、業者からリンクを買うなど不自然にリンクされるとGoogleからペナルティを受け逆効果になります。

hanasakigani.jpで被リンクチェックできます。

被リンクがない場合は、リンクしてもらえそうなブログ記事作りを心がけましょう。

(27) スマホ・AMP対応になってますか？

スマホの普及によってでサイトを閲覧する人がほとんどになっています。

Google側もスマホ・AMP対応していないサイトは評価を下げると公式発表しましたので、最低限スマホ対応にしておくことをおすすめします。

※AMP → Accelerated Mobile Pagesの略。Googleが推進しているモバイルページを高速に表示させるための手法。

いかがでしたでしょうか？

もし、出来ていない項目があれば早急に対応することをオススメします。

集客効果抜群！予約が増える魔法のボタン

美容室・サロンの予約を増やすコツとして、効果的な予約ボタンについて詳しく解説します。

あなたのサロンのホームページにも予約や問い合わせなど読者の行動を促すボタンがあると思います。このボタンの配置や色や演出は、どのようにして決めましたか？このボタンの配置や色そして文言を変えるだけで、予約や問い合わせされる数は大きくアップします。

とても有名な事例で、Firefoxというインターネット検索ブラウザを運営しているMozilla社が行った実験があります。Firefoxのダウンロードを誘導するボタンを4色作り、1週間ごとに色を変更し、ダウンロードされる確率を調査しました。

firefoxの事例



3.7倍

調査の結果、緑色のボタンがダントツでクリックされました。他の色に比べて、その差はなんと3.7倍です。この結果からMozilla社は、ボタンの色を緑色に統一したそうです。

色の持つイメージ

ちなみに色にはそれぞれイメージというものがあります。

緑は安心とか安全というイメージを見る人に与えます。

例えば信号機の緑は進めですよね。「安全なので進め」ということです。

一方、**赤**は危険とか興奮というイメージを与えます。

また信号機に例えますと赤は止まれですよね。「危険なので止まれ」ということです。

また、興奮というイメージも与えますので購買意欲を刺激する作用もありますので、上手に使い分けましょう。

前項で紹介したように、ボタンの色を変えるだけで集客結果は大きく変わります。
それでは今から美容室・サロンの予約を増やすボタンについて詳しく解説します。

まずはこちら（↓）をご覧ください。



美容室・サロンの店舗情報と一緒に【ご予約】こちらをクリックと書いてあります。

これだと「押したくなる」とは言えませんよね。
むしろ「押せる」のかどうかさえ分かりにくくなっています。
このような状態ではもったいなのです。

クリックされるようになるコツを比較しながら紹介しますので、
もしあなたの経営する美容室・サロンがこの状態であればすぐに
実践してください。

下線をつける

まずは下線を付けてみます。
これだけで他の文章との違いがはっきりします。



色を変える

そして次は色を変えてみます。
少しずつ目立つようになってきました。



大きくする

そして次は大きくしてみます。
これだけでクリック率に変化が出てきます。



枠をつける

そして次は枠を付けてみます。
これだけでボタンの感じのが出てきました。



立体的にしてボタンにする

そして枠を付けたら「押せる」ということ
分かるように少し影を付けるなどして
立体的にします。



ボタンの色を変える

そして「押せる」のが分かりやすくなったら
色を変えてボタンをより目立たせます。



アイコンを付ける

さらにボタンの中に「次へ」という感じのアイコンを付けるのも効果的です。



写真を付ける

アイコンじゃなくても写真を付けるのも効果的です。

特に人物の写真は目をひく効果があります。



言葉を変える：行動を具体的に

今度は言葉を変えます。

「こちらをクリック」という言葉を、
「予約はこちら」という感じで、
より具体的な行動を促す言葉に変えます。



言葉を変える：読者目線にする

具体的な行動を読者目線にするのも効果的です。
例えば「今すぐ予約する」という言葉に変えることで読者は「自分ごと」になり行動しやすくなります。



言葉を変える：簡単をアピール

そして、予約をすることが簡単であることをアピールしましょう。

「たった1分で完了」とか
「3STEP簡単予約」などの一言添えるだけで行動するハードルが低くなります。



言葉を変える：メリットをアピール

そして、行動するとどんな良いことがあるのか？というメリットをアピールするのも効果があります。



次の動きを出す

そしてボタンを押すと「何が起こるのか分からない」と読者は不安です。
ボタンを押すと何が起こるのか次の動きが予測できるようにしてあげることで安心感を与えることができハードルが下がります。



動きを付ける

最後に一番のオススメが、まるでハリーポッターが読んでいる魔法の本のように「このボタンを押してください！」とボタン自身がアピールするように動かすことです。

この動くボタンというのは美容室・サロンをはじめ様々な企業が意外とやっていません。
読者の目にも慣れていない演出なのでインパクトがあり最も押されやすいボタンです。

いかがでしたでしょうか？

私たちのオススメは動くボタンですが、どのようなボタンが最も効果的かは美容室・サロンによって違います。Aのパターンが良いのか？Bのパターンが良いのか？週ごとや月ごとに変わるなどしてテストするようにしましょう。

[こちらのページ](#)から、私のクライアントの美容室・サロン経営者でも使っている動くバナー素材を9種類ダウンロードできますので、どうぞお試しください。

あなたの売れるサロン作りのお役に少しでも立ちましたら幸いです。
最後までお読みいただきまして誠にありがとうございました。

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WITH4F

TEL : 03-6256-8996 FAX : 03-6256-8997 MAIL : info@sunnypoint.jp



ACTIVE MEDIA Inc.

