

【1人でサロンをやっているけど、なかなか売上が安定しないあなたへ】

低予算で無理なセールスをせずにホットペッパービューティーで

売上が毎月安定させるための

ホットペッパービューティー攻略法



もし、あなたがホットペッパービューティーで集客していて、

なかなかリピートが取れず売上が上がらないと自信を失くしているとしたら、それはあなたの施術や商品などが悪いからという原因ではありません。

あなたは、リクルートからお客様へこんなメルマガが送られているのをご存知
ですか？

17:46

4G

< 受信



前回ご来店されたサロンを予約している方は
こんなサロンも予約しています



[AUBE hair fleur 名古屋店](#)

ヘアサロン

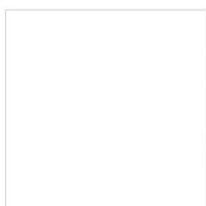
名駅から徒歩1分



[Agu hair elle \(アグ ヘアー エル\) 名駅店](#)

ヘアサロン

名古屋駅徒歩5分/ユニモール地下街14番出口ですぐ！！



[銀座LA・BOラボ 名古屋駅前店【ギンザラボ ナゴヤエキマエテン】](#)

ヘアサロン

名古屋駅 太閤通口徒歩2分



[x8 《バイエイト》](#)

ヘアサロン

名古屋駅2番出口徒歩3分



もっと他のサロンも見る

ヘアサロンを探す



ネイル・まつげサロン
を探す



リラクゼーションサロ
ンを探す



エステサロンを探す



※本メールはお客様にご入力いただいたメールアドレス
あてに発信しているため、入力ミスなどの理由によりま
ったく別の方にメールが届く可能性があります。



これは、あなたのお店に来られたお客様へ、

来店翌日に必ず送られるリクルートのメルマガです。

あなたがホットペッパーで売上があげれない理由

言うまでもなく、ホットペッパービューティーは、全国最大規模の会員数を誇る集客広告媒体です。

多くのサロンオーナーさんは、ホットペッパービューティーに掲載すれば新規がたくさん取れ、そこからリピートに繋げて売上を上げようと必死に頑張っています。

実際、私のお店でも中くらいの掲載プラン（18 万円くらいのプラン）で掲載していた頃には、最大で 50 名ほどの新規が来店していました。

しかし、

いくら施術を頑張っても

渾身の結果を出しても

トークを頑張っても

リピートしたのは約 15 名ほどでした。

対して、ホームページからの来店は平均して毎月 5 名ほど、

こちらは施術で結果が出せなかった場合を除いて、ほぼ全員がリピートするという結果となっていました。

この違いはいったい何なのか？

リクルートが何をしているのか

結論から言いますと、リクルートがやっていることは、

豊富なホットペッパー会員を掲載店舗に中途半端に送り込み、会員を流動させ続けること

です。

会員には「サロン探しはホットペッパー」

掲載店には「集客ならホットペッパー」

という構図を作り上げ、

集客のインフラを作っています。

そして、会員を流動させるために、

各掲載店舗に個性を持たせないように制限をかけています。

[TOP 写真]

- ・ 店内もしくは外観の写真にすること
- ・ 写真を組み合わせて編集したものは NG
- ・ 人の写真は NG

[文字数制限]

- ・ TOP ヘッドライン 50 文字
- ・ TOP 説明 150 文字
- ・ メニューの説明 70 文字
- ・ クーポン名 36 文字
- ・ クーポン説明 90 文字
- ・ メッセージ 500 文字

などで均一化してしまい、

掲載プランが上位でないと目立つことができないようになっていきますし、

ライティングの上手い人がメッセージなどで囲い込むこともできないようにしています。

反応の良かったお客様でも次は来ない

先ほどの写真のように、あなたのお店に来たお客様へは、

必ず次の日にリクルートから、あなたのお店の類似店が複数紹介される強力なメルマガが届きます。

あなたの施術を受けて、

「すごく良かった！また行こう！」

とお客様が思っている、

次の日には、似たようなお店の安いクーポンが送られてくるわけです。

あなたのお店と類似店との明確な差が分からなければ、お客様は、2回目以降の通常料金を払って、あなたのお店に来るのか？

それとも、類似店の安いクーポンを試すのか？

どちらの方が可能性が高いのか。

そろそろお気づきですね？

そう、

リクルートはあなたのお店へお客様を呼んでくれるだけではなく、あなたのお客様を奪うことも同時にしているということなのです。

しかもこのメルマガで紹介される店舗は、掲載プランの高い順番から紹介が多くなっていますので、

つまり、掲載プランの低いあなたのお店は、

お客様へ他店の紹介をされてしまっているが、

あなたのお店は他のお客様には紹介されていない

という厳しい現実が、裏で起こっていることを認識しなければなりません。

でも安心してください

このようなことを踏まえれば、

リピートが低いのは、あなたの技術や商品の問題ではないと言い切れます。

すなわち攻略法が見えてきます。

先に前提をお伝えしておきますと、

ホットペッパービューティーで売上を上げるための前提

①都度払いをやらない

リクルートが毎回お客様が来店される度に他店の紹介をするのですから、都度払いであるならば、3～4回で来なくなるでしょう。

②リクルートのメルマガが届く前に成約する

リクルートのメルマガが届くのは来店された翌日です。

その前の日にはリピートを確定させないといけません。

つまり、来店したその日に成約しなければ次はありません。

③新規の数を増やすには掲載プランを上げるのではなく口コミ数を増やす

私が掲載プランを上げた時には、新規の数がかなり増えました。

しかし、掲載価格を考えると割に合わないといった感想です。

最も良いのは「良質な口コミの数」を最低でも100件以上に増やすことです。

こんな前提を頭に入れながら

さあ、準備はいいですか？

もし、あなたが、

- ✔ ホットペッパーで売上が苦戦している
- ✔ コースへの成約率が 20% くらいしかない
- ✔ 月の売上が 50 万円以下だ
- ✔ 口コミがなかなか増えない
- ✔ ホットペッパーから月間の新規数が 10 名以下

こんな状況に一つでも当てはまっているのであれば、

ここから先は真剣に読んで見てくださいね！

内容

ステップ① フロントエンド・バックエンドの考え方

ステップ② 高額商品を作る

ステップ③ 成約しないお客様を来させないフロントエンドの作り方

ステップ④ フロントエンドで来た人を必ずコースに成約させる強力な武器

- ・ ワンタイムオファー
- ・ 悩み別のコース作成
- ・ ダウンセル

ステップ⑤ ホットペッパーは口コミ数が命！

- ・ 口コミ 100 件超えで新規予約数が倍に！
- ・ 「良質な口コミ」を増やしていく簡単な方法

ステップ⑥ ネット予約してきた人に自動的に送られる「ステップメッセージ自動配信」

ステップ⑦ 1 回送ると何人か返ってくる毎月のイベントコース案内

ステップ⑧ コース終了した人への継続コース案内と都度払いメニューのセットで単価アップを狙う

【まとめ】ホットペッパーで 80 万を安定的に売上げるための全体像

① フロントエンド・バックエンドの考え方

フロントエンドとは、集客に使う安いお試し商品です。

バックエンドとは、お試しした人に売するための本命商品です。

もし、あなたが、

このバックエンドを都度払いの商品にしているとしたら、ホットペッパーでは儲かりません。

なぜならば、前述のようにリクルートから他店紹介を来店の度にされてしまうからです。

毎回、他店に奪われる危険性と隣り合わせになっているようなものだからです。

このリクルートからのメルマガは、ネット予約した人にしか送られません。

ですので、あなたは、

なるべく**高額のコースをバックエンド**で用意して

来店した**当日に必ず成約**させて

その日に次回予約をさせて、**ネット予約をさせない**

必要があります。

②高額商品を作る

バックエンドの高額商品は、30 万円くらいが良いと思います。

私たちサロンをやっている人は、

1 回〇〇〇円 × 〇回

という計算にとらわれていて、

そして、その金額はどうしても他店の相場に合わせてしまいます。

この計算で高額コースを作ろうとすると、

例えば、通常 1 回 6000 円でやっているお店が 30 万円のコースを作ろうとすると、

6000 円 × 50 回

って感じになってしまうんですね？

ですので、高額コースは作れないと思ってしまう人が多いんです。

この 30 万円くらいの高額コースは、

ホットペッパーで来る方々の中には絶対に売れないケースもあります。

私は、問診票を記入してもらう時に、

この 30 万円のコースの案内用紙をあらかじめ問診票の横に置いておき、問診票を書いてもらいながら読ませています。

最もお客様から言われる言葉 BEST①は、

「すみません、、何も分からず予約しちゃったんですけど。。」

です。

30 万円のコースの案内用紙を見ただけでビビって引いてしまうのです。

つまり、そんな金額のものを買うつもりは最初から無いお客様なのです。

（もちろん全員ではないです）

ですので、この 30 万円くらいの高額コースは、

思い切って作ってしまえば良いです。

オススメは、

2 ヶ月で足が細くなるサポート

とか

3 ヶ月でほうれい線が薄くなるコース

というような、

期間でお悩みを解決できるというコースです。

思い切って 30 万のコース作ってしまいましょう！

でも、、

ホットペッパーで来るお客様にはほとんど売れないんじゃない？

高額コースを用意する必要あるの??

と思っていますか？

それがあるんです。

ステップ③成約しないお客様を来させないフロントエンド

の作り方

ホットペッパーは、クーポンサイトなので、

当然、お客様は

「お得」

「安い」

に惹かれて予約をして来る人が大半です。

いわゆる

「体験しか行かない」

という人も多いです。

私のお客様で、大手エステの店長をやられている方がいるのですが、

そのお店では、初回体験を 980 円で毎月 80 名ほどかき集め、来られた方全員に 20 万円～120 万円のコースラインナップをお勧めしていくそうです。

コース成約が 20 名ほどで、平均すると 40 万くらいになるそうです。

計算しても 800 万が新規からだけでも売り上げられますね。

でも、

それには 80 名の新規をこなさなければなりません。

私たちは一人でサロンをやっていますので、そんなゲリラ的なやり方はできませんし、強引なセールスをするのも不得意ですよね??

ですので、最初から

「成約の見込みの少ないお客様は呼ばないことにする」

ことが一番です。

どんな新規のお客様が来られるのかが決まるのは、フロントエンドの商品なのです。

ではフロントエンドの商品をどうすれば良いのか？

を説明していきます。

悪い順番に出していきますね。

一番悪いのはこれ、

【初回〇〇〇円 が 〇〇〇円】

というクーポンです。

これは、ただのディスカウントになってしまっているので、

「初回だけ安いから行く」お客様が圧倒的に多くなってしまいます。

つまり、成約率がすごく悪くなります。

最も新規数が増えるのはこれ、

【全身〇〇コース 30分 無料体験】

全てをやらないけど、少し体験で無料

というクーポンです。

これが今まで試してきた中で最も新規数が多かったです。

5万円の掲載プランで30名ほどが来ました。

しかし、やはり

「無料だから行く」というお客様も多いので **成約率は35%くらいにしか
なりませんでした。**

（ただし、圧倒的に新規数が取れるのでバックエンドの提案の仕方によっては
成約数が高くなる可能性もあり）

最も良い出し方はこれです、

【〇〇にお悩みの方への2ヶ月集中改善コース 初回体験 無料】

〇ヶ月でお悩みが解決するコースの無料体験

というクーポンです。

このクーポンにすると、本当にお悩みを持った人しか予約してきません。

なぜならば、

〇ヶ月コースと記載している以上、コースを勧められることは分かるからで
す。

そのコースがいくらなのかはお客様は来店しないと分からないのですが、**お悩みを解決したいという強い期待を持って来店されますので成約率がとても高いです。**

そして、「〇ヶ月コースの」と記載すると新規数は減りますので、

「無料体験」

を私はお勧めします。

よく、広告宣伝費をペイして集客しようとする人がいるのですが、

ここで「体験 5000 円」のように値段を付けると極端に数が減ります。

私の経験では、

このフロントエンドの出し方なら、無料でも 5000 円でもコースの成約率は変わりませんので、無料にして数を増やしたほうが得なのです。

余談ですが、

この

〇ヶ月でお悩みが解決するコースの体験

というクーポンを出して、

その下にバックエンドのコースの価格 30 万円というのを掲載したことがあるのですが、

新規がゼロになりました。

バックエンドのコースは載せないようにしてください。

ステップ④フロントエンドで来た人を必ずコースに成約させる 3 つの強力な武器

①ワンタイムオファー

その名の通り

「本日成約した人に限り」とか「次回の予約をしていった人に限り」

というような当日限定の特典で成約させることです。

うちのお店ではこんなオファーにしています。

「INA式美容メソッド」スタイルアップ 2ヶ月集中プログラム

美容整体 全16回 食事改善指導 簡単トレーニング指導
300,000円

本日は当サロンのINA式美容メソッドの体験を受けて頂きありがとうございます。
本日は無料での施術となります。

当サロンのメソッドは、ダイエットだけに頼らず、
美容整体・無理のない食事改善指導・簡単な家でのトレーニングで
メリハリのあるボディーへとスタイルアップさせていくメソッド
となります。

施術は基本的に週に2回のペースで受けていただきます。
お客様のお悩みをお聞きして、オーダーメイドでメニューを組ませて頂き、
2ヶ月で理想のスタイルに近づけていくことを目的としています。
個人差がある為、その後1ヶ月間のフォロー期間を設けておりますのでご安心ください。

本日ご成約いただきますと、以下の特典が受けれます。
メソッド料金のお支払いは次回で大丈夫ですが、
内金として10000円だけ本日お預かりする形となります。

本日ご成約特典

INA式美容メソッド
通常価格300,000円

⇒本日ご成約で60,000円引き！

⇒240,000円

※カードの使用はできません

有効期限：3ヶ月

さらにロコミを■くと！
フォト美顔3回
プレゼント！



前述のように、その日に成約させなければリクルートのメルマガにやられます。

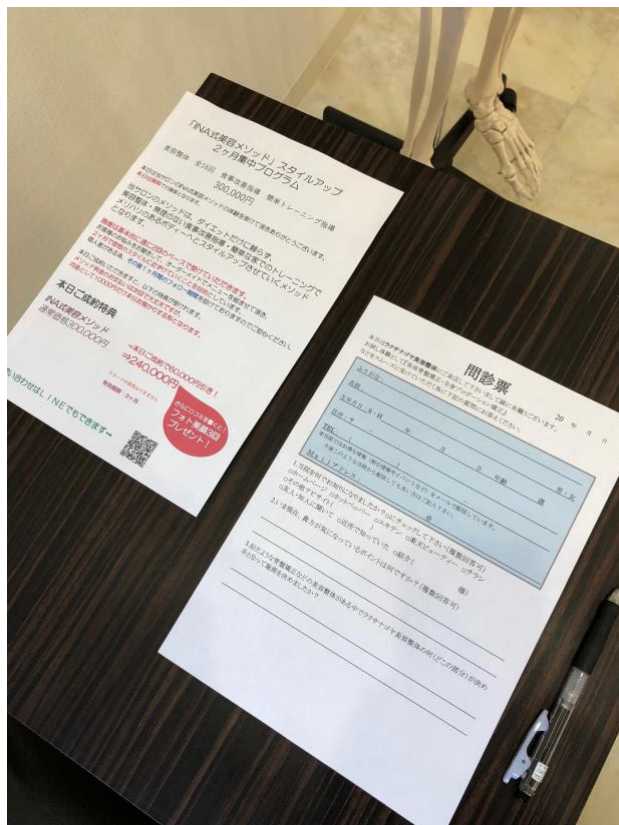
ですので「ワнтаймオファー」でその日に決める！のが良いと思います。

②悩み別のコース作成

お客様はこの、

〇ヶ月でお悩みが解決するコースの体験クーポン

で来られた場合、強いお悩みを必ず持って来店されます。私のお店では、最初に問診票を書いてもらう時に、あらかじめこのコースの案内用紙を横に置いて読ませておきます。



こんな感じ。

そして、カウンセリングでお悩みをどんどん聞いていくのですが、

私はこれをやり始めた当初、

この 30 万円コースをワンタイムオファーで 24 万円で本気で売ろうとしていました。

しかし、お客様は 24 万円という価格を聞くと、なんとか断ろうとします。

その理由の多くは、

「私、足が細くなりたいだけだからな。。」

「私、猫背を治したいだけだから小顔とかはいらないかな」

「週に2回は来れないんですよね」

というような感じです。

お客様は高額になってくると、自分の悩み以外の部分がコースに入っていると、その部分はいらないから「もったいないかな」と考える人が多いんです。

もちろんそれは高額だから悩むわけですよ？

メルマガやブログで価値教育ができているわけでもなく、且つ、ホットペッパーのような文字数制限の極端に少ない表現の記載を見て、無料体験を予約してきた方からすれば、高額コースを勧める私たちの前ですごく悩み、

答えは、

「少し考えます」

となってしまう。

しかし、この24万のコースを成約させられなかったら次は無いのです。

0 か 100 かの勝負になってしまっていました。

そこで、

かなり高い確率で成約させられる方法を思いつきました。

それは、

先ほどの断り文句

「私、足が細くなりたいだけだからな。。」

「私、猫背を治したいだけだから小顔とかはいらないかな」

「週に2回は来れないんですよね」

を悩み別にその人に合わせたコースを作ってしまう、そっちのほうを提案するというやり方です。

悩み別となると、

その日のカウンセリングで聞いたお悩みに合わせて即座にその場でコースを作れば良いのですが、なかなか難しいですよ？

しかし、

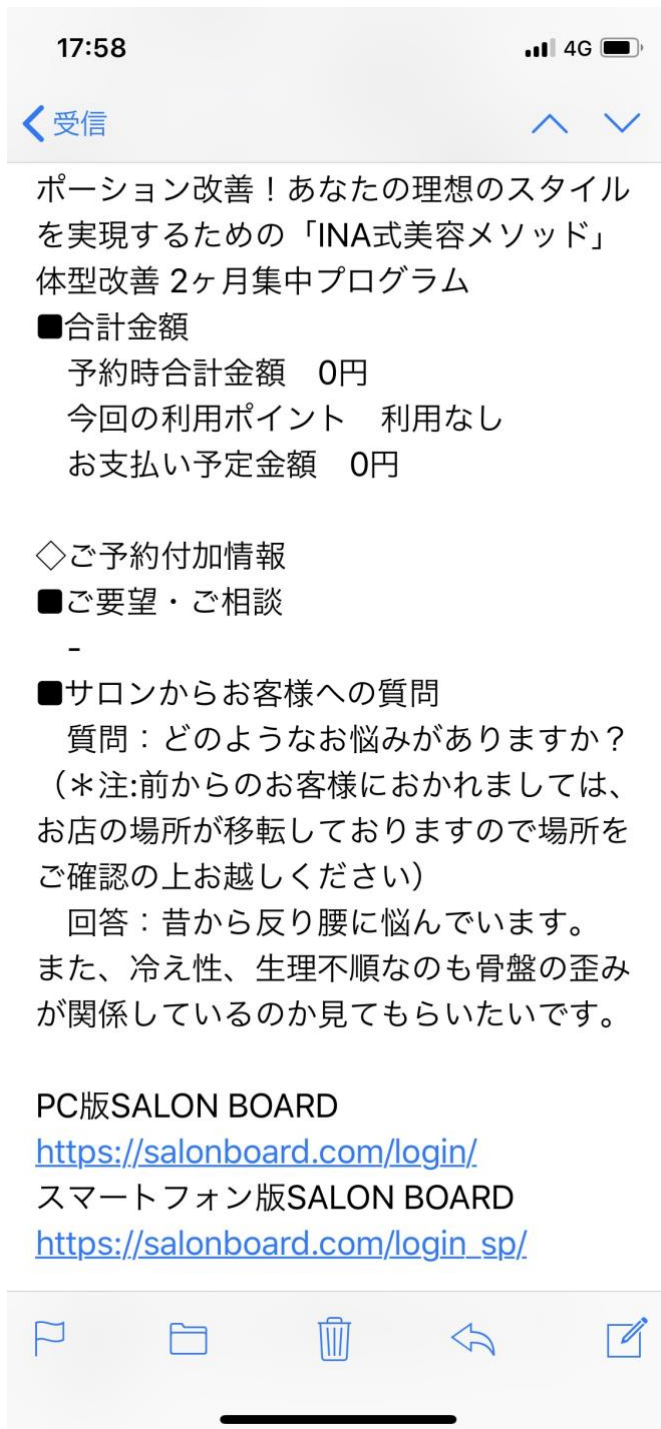
実は、事前に作っておくことができるんです。

ホットペッパーのネット予約を受ける際の質問事項に、

「どのようなお悩みがありますか？」

と言うのを必須事項にチェックを入れておけば良いのです。

そうすると、



このように、

「反り腰に悩んでいます」

「骨盤の歪みかもしれません」

などのお悩みがあらかじめ分かりますので、

それに合わせたお客様の買いやすい価格のコースを作っておいて勧めることができます。

姿勢・反り腰矯正 2ヶ月集中改善コース

2ヶ月 16回コース/128,000円

本日は当サロンの姿勢・反り腰矯正コース体験を受けて頂きありがとうございます。
本日は無料でご相談と体験となります。

当サロンの姿勢・反り腰矯正コースで効果のあるのは以下のものです。
姿勢の改善・反り腰の改善・バストアップ・くびれ・腰痛・骨盤の開き・足の浮腫み

基本的に16回ほどで良くしていきたいと考えています。
1週間に2回ほどの間隔で施術を行っていきます。

初回だけコースを予約していただきますと以下の次回予約特典が受けれます。
コース料金のお支払いは次回 現金でお持ちください。
内金として10000円だけ本日お預かりする形となります。

本日予約特典

毎回お支払いされるより断然お得！

姿勢矯正2ヶ月16回コース ⇒本日予約していくと32000円お安くなります
通常価格128,000円 ⇒96,000円

※カードの使用はできません
有効期限：3ヶ月

さらに口コミを書くくと！
フォト美顔3回
プレゼント！

こんな感じで用意しておきます。

そして、カウンセリングの終わりにこう言うのです。

〇〇さんのお悩みをお聞きしたところ、

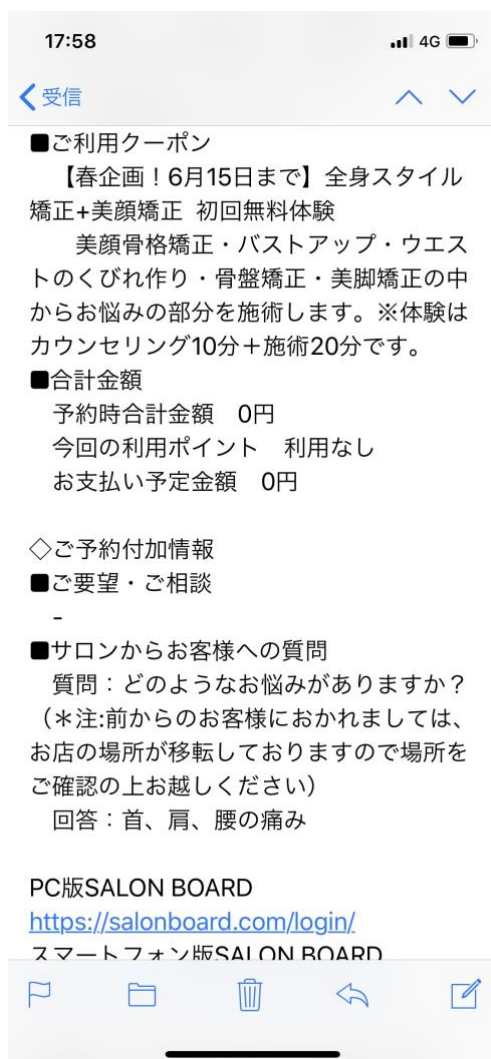
この2ヶ月体型改善プログラムとは内容が違うので、こちらのコースのほうが良いかと思います。

反り腰と姿勢、骨盤は全て関係がありますので、このコースをやってみてはいかがですか？

今から施術していきますので、受けて良かったら考えてみてくださいね。

これで成約率が格段に高くなります。

他の例では、このお悩みに対して、



お悩みが、首・肩・腰の痛みだけなら、

こんなコースを用意する

肩こり・腰痛 矯正 1ヶ月集中改善コース

初回/8,000円 1ヶ月集中 8回コース/64,000円

本日は当サロンのスタイルアップ骨盤矯正を受けて頂きありがとうございます。
本日はお試し価格での施術となります。

当サロンの矯正で効果のあるのは以下のものです。
バストアップ・くびれ・腰痛・骨盤の開き・猫背・足の浮腫み。

基本的に1ヶ月 8回ほどで良くしていきたいと考えています。
1週間に2回ほどのペースで続けると安定が早くなるかと思えます。
その後は1週間に1回のペースでメンテナンスをしていくと良い状態を
保てるかと思えます。

初回だけコースを予約していただきますと以下の次回予約特典が受けれます。
コース料金のお支払いは次回で大丈夫ですが、
内金として10000円だけ本日お預かりする形となります。

本日予約特典

本日コースのご予約をしていくとお得です！
毎回お支払いされるより断然お得！

1ヶ月 8回集中コース ⇒本日予約していくと16000円引き！
通常価格64,000円 ⇒48,000円

※カードの使用はできません
有効期限：3ヶ月

さらにロコミを■くと！
フォト美顔2回
プレゼント！

といった感じです。

私の場合、

バックエンドを1つだけにしていた時よりも、

このようにお客様のお悩み別に自由自在にコースを作っておいて提案
するようになってから ほとんどのお客様に成約することが出来るようになりました。
（もちろんフロントエンドが大事ですが）

③ダウンセル

先ほど、問診票に記入してもらう時に、

あらかじめ 30 万のコースの案内用紙を置いて読ませておくと言いましたが、これには意味があります。

私の場合、

最初は、この用紙をカウンセリングの最後に見せていましたが、

ホットペッパーで来た人にこれを最後に見せると、その時点からお客様がソワソワしだし、

なんとか断る理由を探しているので、その後の施術の時のビフォアアフターでなかなか納得しないようになってしまい困りました。

ですので、私の場合は、

最初からダウンセルを狙っています。

高いものから安いものへ

です。

基準となる 30 万をまず見せておきます。

そこから、先ほどの悩み別コースを用意しておいて、その価格は 5 万～18 万の中で勧めます。

こうすると、

30 万をなんとか断ろうとする気持ちから

自分の悩みに対応したもっと安いコースがあったんじゃない！

と安心するのでその後の施術のビフォアアフター体感も納得してくれます。

というより、

もうこの悩み別ダウンセルコースを提案した時点で買うつもりになるのです。

そして、施術が終わった後に、カウンターでこう言うんです。

今日の施術いかがでしたか？

このコースで良くなると思いますよ！

本日ご予約していただければ、このような特典が付きますがいかがですか？

これで、ほとんどの人が

「やろっかな」

って言います。

決まります。

ステップ⑤「良質な口コミ」を増やしていく簡単な方法

口コミ 100 件超えで新規予約数が倍に！

ご存知だとは思いますが、

ホットペッパーの新規数を増やすには「良質な口コミ」の数が多いほうが増えます。

私の経験では、掲載プランがまだ月額 25000 円の頃でも、口コミ数が 100 件を超えたあたりから新規の予約数が 20 名を超えたこともあります。

しかし、口コミを増やしても、

「リピです。いつもお世話になってます」

とか

「軽くなります。いつもありがとう」

というような、

常連が頼まれて書いたのであろう口コミは増やしても意味はありません。

一番欲しいのは、

新規の人が体験を受けて書いた本物の口コミです。

しかも、内容が良いものとなります。

なかなかそんな良い口コミは新規の人に書いてもらえないよ！

と思っていますか？

安心してください。

とても良質な新規の口コミをバンバン増やしていく方法があります。

それは、新規の人に体験してもらった時に、

「本日プレゼントできる何か」

を用意してください。

そして、

反応の良かったお客様だけに、

口コミを書いていただけると、

〇〇をプレゼントしていますが、ご協力いただけませんか？

とお願いするのです。

例えば、

クーポンなら更に 1000 円オフさせていただきます

とか

本日使用したこの化粧品を 1 本プレゼント

みたいな感じです。

プレゼントが本日得するものじゃなきゃいけません。

よくやりがちな、次回の割引とかはダメです。

書いてくれません。

中には、プレゼントもらって書いてくれない人もいます。

でも、プレゼントをしておくの良い口コミを書いてくれる確率が上がることも事実です。

そして、もう 1 つのポイントは書いてもらう内容もこちらから指示しておく
ということ。

指示といっても簡単です。

あらかじめ、

- ・ どんなお悩みがありましたか？
- ・ 施術を受けてどうなりましたか？
- ・ セラピストはどんな人でしたか？

という3つの質問を印字しておいて、

お客様に渡して、「こんな内容を書いていただけると助かります！」とお伝えしておくのです。

お客様も書く内容を考えるのが面倒ですので、これを渡しておくのと渡しておかないのでは口コミ文章の内容も長さを変わってくるんですね。

これで良質な口コミをバンバン増やすことができます。

せめて100件以上は増やしましょう。

新規の数が倍増します。

余談ですが、ホットペッパーの口コミは

2年経つと消えていきます。

ですので、口コミを常にとっていく必要があるんです。

逆に言えば、悪い口コミが書かれた場合は2年間残ってしまいます。

悪い口コミが書かれると、途端に新規数が減ってしまうことも合わせてお伝えしておきますね。

ステップ⑥ネット予約してきた人に自動的に送られる「ステップメッセージ自動配信」

ホットペッパーにはメッセージ機能というのがあります。

この中に、「自動設定」という項目もあり、

あらかじめ

「来店した何日後に配信する」

「来店する1日前に配信する」

というように、自動で送られる設定ができるんです。

これを利用して、

ステップメッセージを組んでおくのも効果的です。

私のところでは、

来店した次の日：お礼のメッセージ

来店した1週間後：お友達ご紹介のお願い

来店した2週間後：骨盤矯正16回コースの割引チャンスありますのメッセージ

来店した3週間後：新規様にはご案内していない美顔コースのご案内

来店する1日前：明日はご予約の日ですというリマインドメッセージ

誕生日：骨盤矯正 or フォト美顔 1回プレゼントのメッセージ

という具合に設定してあります。

この自動設定では、

1回来ただけの人にしか送られない

とか

1回～3回の人だけに送る

とか

女性だけに送る

とか

細かな設定ができるので結構使えます。

うちでよくある例を挙げますと、

以前に新規で来られて成約しなかったお客様が、

2ヶ月後とかに、この自動配信メッセージでふらっと予約してきたりすることがあります。

このようなお客様は、

少し質問していくと分かるのですが、

他のお店に体験やクーポンで回っていて、

コースや回数券を買ってそれが終わったからまたうちに来られたというのが多いのですが、

これは、

他のお店をいろいろ行ってみたけど、結局改善されず、うちに戻ってきたということなのです。

あなたの施術や商品が、たとえその業種で日本一のクオリティだとしても、

初回にその違いを伝えきれなければ、

あなたの業種の類似店も良いのではないかとお客様は思うのです。

特にホットペッパーのお客様は多くのお店を回る傾向が高いですので、その人達がいろいろ回っている時に、

「あの店がやっぱり良かったかな」

と**再来店するきっかけを与えておくこと**が必要です。

それは、あなたのお店を思い出させるためのメッセージを常を送っておくことです。

メッセージ自動設定でも特に強力なのは

「誕生日の無料プレゼント」

です。

返報性の法則が働き、だいたいの方が無料プレゼントだけで終わりません。

お客様のほうからコースのことを聞かれたりしますので、そこで提案するバックエンド内容も準備しておきましょう。

新規で取りこぼしてしまった方にだけ送る設定もできるので是非設定しておくことをお勧めします。

ステップ⑦1 回送ると何人が返ってくる

毎月のイベントコース案内

自動設定以外にも、

毎月 1 回～2 回ほどは何かの理由をつけてイベントのメッセージを送ることもお勧めしておきます。

先ほどの自動設定メッセージとは違い、

過去に来た方全員にメッセージが送れるからです。

私のお店の場合、7 年もやっているので

過去の来店した人の人数が 1500 件ほどにもなります。

その方達の中から、

送りたい方や送る必要のない方のチェックを外して

毎月イベントのメッセージを送ります。

例えば、

バレンタインキャンペーン アロママッサージ5回コース 60000 円→48000 円

とかですね。

よく、

しつこくメッセージを送ると嫌がられるんじゃないか？

と心配する人がいるのですが、

安心してください。

あなたのメッセージはほとんど見られていません。

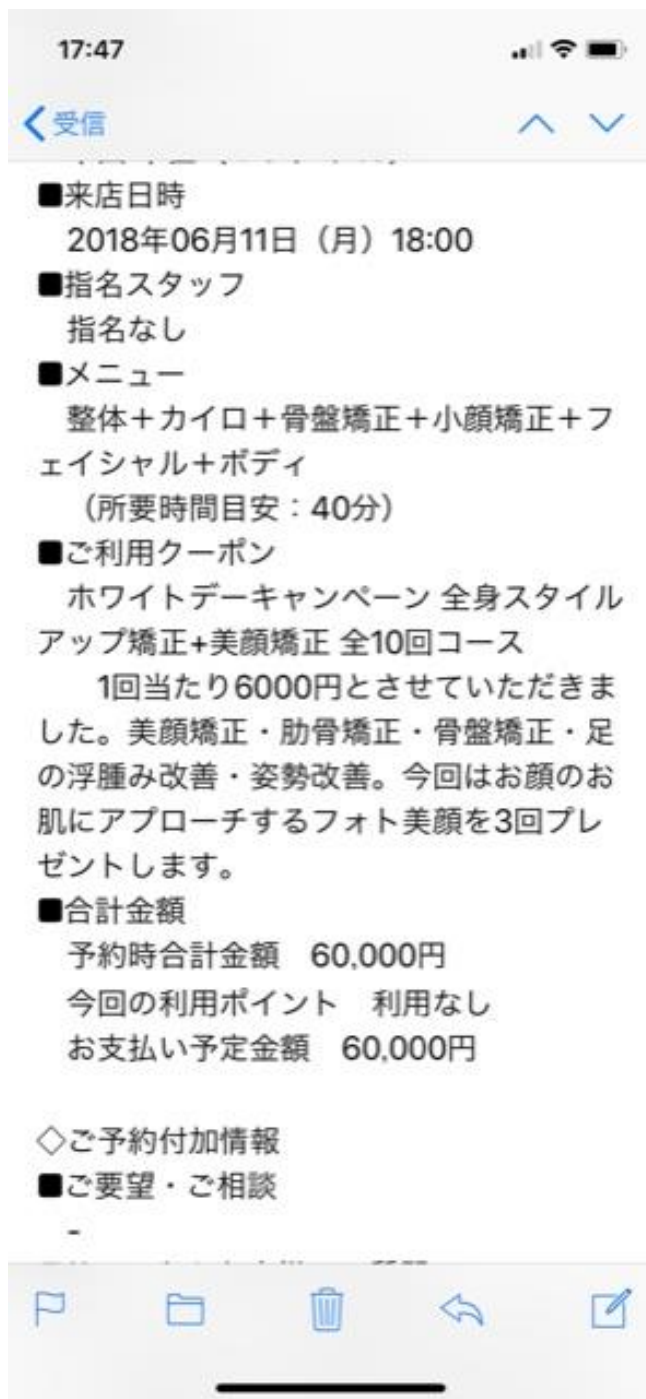
今現在この記事を書いているのは6月ですが、

前に来られたお客様から、

「メッセージありがとうございます」と言って、

イベントメッセージでコース予約が入りましたが、

なんと、それはホワイトデーキャンペーンのメッセージでした。



ホワイトデーなので3月に送っていますよね？

しかもそれから毎月送っていますが、初めて見たと言っていました。

それぐらいほとんどの方が見ていないですし、

見るタイミングにメッセージが埋もれてしまっていては、機会を損失してしまいます。

しつこいぐらい送っていても問題ありません。

逆に毎月送っておけば、いつかは見てもらえるといった感じで考えておいてください。

今まで毎月2回送っていて誰からもクレームきていません。

しかし、毎月1300件くらい送っていると、

何件かは予約が入ります。

このイベントメッセージは、**既に店の施術を一度は体験している方達なので、必ずコースにしてください。**

そうしないと都度で安くするメッセージならそんなに売上に繋がりませんので、

毎月コースのメッセージを送っていきましょう。

ステップ⑧コース終了した人への

継続コース案内と都度払いメニューのセット販売

継続コース案内を提案する

コースを終了した人へは

「お客様の良くなった状態を保ち、悪くなるのを防ぐ予防として」

継続コースの案内を出してメンテナンスを提案しましょう。

私のところでは、

それぞれの人でコースの値段が違いますが、最初に成約したコースより少し安くして回数も少なくして出しています。

つまりダウンセルの更にダウンセルです。（最初にダウンセルしているからという意味です）

例えば、

よくセミナーとかに通うと卒業したら次期セミナーに半額で出席できますみたいなのですが、それと同じやり方です。

値段だけでなく回数も減らすことで、お客様も通いやすい金額になりますし、

最初のコース時の来店ペースとは違い、

種にもよりますが、

月に1回程度の来店なら何ヶ月分かをまとめて支払っておくという感覚になります。

大切なことは、この継続コースの案内は必ずコース終了の2回前から1回前に提案してください。

コース終了のお客様へ メンテナンスコースのご案内

次回で本コースは終了となります。

今後は、1ヶ月 1回～2回ほどのメンテナンスを継続していくことを
オススメしています。

せっかく良い状態にしたお身体を、良い状態に保つのが目的です。

コース料金のお支払いは次回で大丈夫ですが、
内金として6000円だけ本日お預かりする形となります。

メンテナンスコース 6回 / 36,000円

LINEでもご予約できます→



なぜかと言えば、

**コースが終了する日に決済または現金で頂いておかないと来なくなるからで
す。**

コース終了日までに代金を頂くことが大切です。

都度払いメニューをセットしてオススメする

これはやってもやらなくても良いですが、

私は、継続コースを買って頂いた方にフォト美顔という 1 回 6000 円の都度払いメニューを紹介して、

継続コースのお客様だけに 5000 円で提供しています。（1000 円引きでセットにしています）

例えば、上記の継続コースだと 1 回当たり 6000 円になりますが、

月に 1 回のペースで来て頂いた時に、

コースの料金は先に前払いで頂いていますので、お客様は毎回の支払いがありません。

別で都度払いメニューの 5000 円を現金で支払うのに抵抗がなくなってしまうのです。

しかし、うちが頂いているのは、

6000 円 + 5000 円で 1 回 / 11000 円となりますので結構高くなります。

（うちの場合、矯正とフォトで合わせてもかかる時間は 30 分です）

これは別のメニューが無い場合もありますのでやらなくても良いですが。

やるとその後も継続がしやすくなるとも言えます。

私の場合は、

このフォト美顔という都度払いメニューを、最初の新規で来られた時のコース成約の際にプレゼントで 3 回付けています。

プレゼントですので通常コース期間中は無料でサラッと体験させています。

3 回ほどこれをやると、お肌の状態が良くなってきているのをお客様も感じていますので、

継続コースの時には有料でもやりたいと言われるのです。

このように、

コース終了後の継続コースの時にオススメできる都度払いメニューを、先にプレゼントで付けておくのも一つの手法として挙げておきます。

【まとめ】

ホットペッパーで 80 万を安定的に売上げるための全体像

ここまで書いてきましたが、

まとめます。

[ホットペッパーで安定的に売上げるための全体像]

30 万の高額コースを作る

（期間でお悩みを解決するもの）

↓

〇ヶ月でお悩みを解決するコースの体験という

フロントエンドを出す

↓

予約の時のお客様のお悩みを見てあらかじめ悩みに対応したダウンセルコースを用意

↓

カウンセリングで悩みを聞き

↓

ダウンセルコースを提案

↓

施術

↓

クロージング

↓

口コミのお願い

↓

コーススタート

↓

コース終了のお客様へ継続コース提案

これが一連の流れです。

それとは別に、

自動配信メッセージの登録をしておく。

月に2回くらいイベントコースをメッセージ送信しておく（来ていないお客様だけ）

これだけやれば、そんなにキツイ努力をしなくても簡単に 60 万～80 万は安定します。

【最後に】

本来であるならば、

ブログやメルマガで集客してビジネスをやったほうが楽し面白いし幸せだと思います。

でも、そうは言っても、

それが実になって成果が出るまでは不安ですよ。

今もしホットペッパーに掲載しているのであれば、

小予算で最大限の安定した売上を確保しておいて、ブログやメルマガを勉強していくほうが安心です。

ここで書いたことは、すべて私が実践してきたことで、失敗したことは省き、成功したことだけを載せています。

もしかしたら、

他にも良い方法があるのかもしれませんが、一度騙されたと思って試してみてください。