

動画② / 戦略編

# あなたに合った 集客経路の選び方

14の導線から、あなたの店が勝てる道を見つける

# 前回の動画で、サロンの集客の 導線は**14個**ありました

ただ、この14個の導線、**すべてのサロンに合うわけではありません。**

# 実は、14の導線は「2種類」に分けられる

バラバラに見えて、

**たった2つのグループに整理できます**

この2つさえ押さえれば、もう迷いません。

# ①入口 と ②受け皿

1

## 入口（知ってもらう）

- ✓ まだ知らない人に見つけてもらう
- ✓ = 「認知」を作る役割
- ✓ ここが無いと、そもそも誰も来ない

2

## 受け皿（予約される）

- ✓ 知った人が予約する場所
- ✓ = 「来店」につなげる役割
- ✓ ここが弱いと、興味を持った人を取りこぼす

入口で**"知られ"**、受け皿で**"予約される"**。役割がまったく違います。

# 14の導線を、2軸に振り分けると

## ① 入口（認知）

知ってもらうための導線

インスタ

リール

Threads

まとめサイト

広告

チラシ

紹介

交流会

看板

## ② 受け皿（予約）

予約してもらうための導線

ホットペッパー

Google

HP

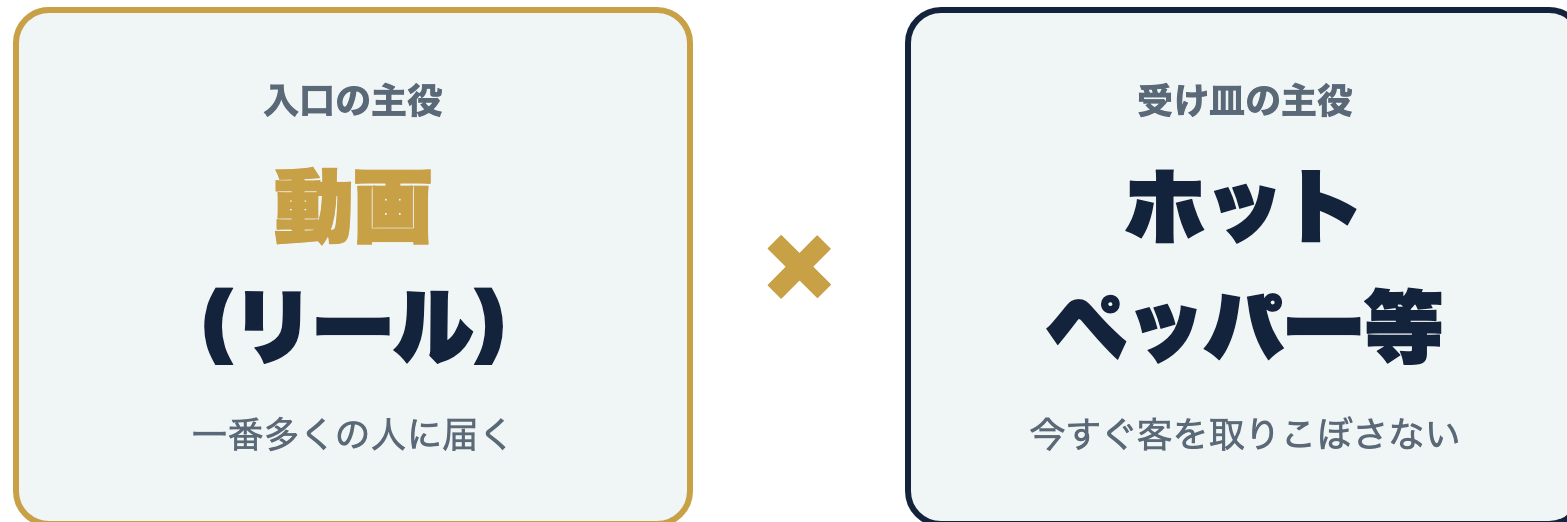
minimo

楽天BEAUTY

エキテン

※ どっち寄りかで整理（厳密でなくてOK）。色付き＝特に強い導線。

# 各軸の"主役"を、1つずつ選ぶ



一人サロンは、まずこの2つに絞る。広告やその他は後回しでいい。

## 大事なのは、"両輪"で回すこと

**入口（動画）**で知ってもらい、  
**受け皿（HPB）**で予約される

どちらか片方だけでは回りません。  
動画で知られても受け皿が弱ければ予約されない。受け皿だけでは知られない。

次回へ

# 今回は"入口=動画"の 作り方を、具体的に

来店につながるリールの「型」をお伝えします。  
両輪の設計に迷ったら、個別相談でも一緒に整理できます。