

動画② 台本 — 14の導線、結局どれを選ぶ？

入口×受け皿の両輪（戦略編） / 目安7分 / トーン：上から言わない・専門用語なし

📄 台本ぜんぶコピー

S1 タイトル

前回の続きです。サロン集客には「導線」が14個ある、という話をしました。今回は、その14個の中から、一人サロンのあなたが「どこに集中すればいいのか」——その選び方を、はっきりお伝えします。

📄 コピー

S2 前回のおさらい

まず軽くおさらいです。集客の導線は、ぜんぶで14個ありました。インスタ、ホットペッパー、Google、チラシ、紹介…。でも正直、14個も並べられても「で、どれをやればいいのか」となりますよね。当然です。だから今日は、**この14個の"分け方"を変えます**。これだけで、ぐっと分かりやすくなります。

📄 コピー

S3 2種類に分けられる

結論から言うと、14個の導線は、バラバラに見えて、実は**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。

📄 コピー

S4 入口と受け皿

その2つが、「入口」と「受け皿」です。一つ目の「入口」は、まだあなたを知らない人に、見つけてもらうための導線。いわば"知ってもらう"役割です。ここが無いと、そもそも誰も来ません。二つ目の「受け皿」は、あなたを知った人が、実際に予約する場所。"来店につなげる"役割です。ここが弱いと、せっかく興味を持ってくれた人を取りこぼします。**入口で知られて、受け皿で予約される。**役割がまったく違うんです。

📄 コピー

S5 14を2軸に振り分け

さっきの14個を、この2つに振り分けてみます。「入口（知ってもらう）」側は、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。「受け皿（予約される）」側は、ホットペッパー、Google、ホームページ、minimo、楽天ビューティー、エキテン。——どうでしょう。14個が、きれいに2つのグループに収まりましたね。厳密にどっち、と悩む必要はありません。ざっくりで大丈夫です。

📄 コピー

S6 各軸の主役＝動画×ホットペッパー

そして、ここからが本題です。それぞれのグループから、**"主役"を1つずつ**選びます。「入口」の主役は、**動画、つまりリール**。一番多くの「まだ知らない人」に届

くからです。「受け皿」の主役は、**ホットペッパー**。今すぐ探している人を、取りこぼさないからです。一人サロンは、まずこの「**動画 × ホットペッパー**」の2つに絞る。広告やその他は、後回しでかまいません。

 コピー

S7 両輪で回す

大事なのは、この2つを"**両輪**"で回すことです。入口の動画で知ってもらい、受け皿のホットペッパーで予約される。どちらか片方だけでは、回りません。動画で知られても、受け皿が整っていなければ予約につながらない。逆に、ホットペッパーだけ頑張っても、そもそも知られていなければ人は来ない。**両方そろって、はじめて集客が回り出します。**

 コピー

S8 出口（次回・個別相談へ）

ここまでで、集客は"入口（動画）"と"受け皿（ホットペッパー）"の両輪、という全体像が見えたと思います。次回は、その入口＝動画の作り方、来店につながるリールの「型」を具体的にお話しします。もし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。今日も、ここまで見てくださって、ありがとうございました。

 コピー