

動画② 撮影ディレクション (安藤さん用)

戦略編・14の導線、結局どれを選ぶ? / 一字一句ではなく"趣旨"で話す用

★14を「入口×受け皿」の2軸に整理し、動画×ホットペッパーの両輪へ落とす回。

✦ 各スライドの「趣旨」と「言うと効くキーフレーズ例」。セリフは安藤さんの言葉でOK。赤字=肝。

スライド1 タイトル

🎯 趣旨 動画① (14導線) を受け、「じゃあどれを選ぶ?」の答えを出す回だと宣言。

「前回、集客の導線は14個ある、という話をしました。今日は、その中から一人サロンが"どこに集中すべきか"、選び方をはっきりお伝えします。」

スライド2 復習: 14個

🎯 趣旨 14のままだと選べない → 分け方を変える、と引っ張る。

「おさらいです。導線は14個ありました。でも14個も並べられても"で、どれ?"となりますよね。だから今日は、この14個の"分け方"を変えます。」

スライド3 2種類に分けられる

🎯 趣旨 「たった2つ」で安心させる。初心者は分類で理解が進む。

「実は14個、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。」

スライド4 入口と受け皿 核心

🎯 **趣旨** 役割の違いを明確に。両方ないと成立しない伏線。

「2つとは"入口"と"受け皿"。入口は、まだ知らない人に見つけてもらう=認知。受け皿は、知った人が予約する場所。入口で知られて、受け皿で予約される。役割が全然ちがうんです。」

スライド5 14を2軸に振り分け

🎯 **趣旨** 14が2グループに収まると示す。色付き（動画・HPB）が次の主役の伏線。

「14を振り分けると、入口はインスタ・リール・広告・チラシ・紹介など。受け皿はホットペッパー・Google・HP・minimoなど。きれいに2つに収まりますよね。厳密にどっち、と悩まなくてOKです。」

スライド6 各軸の主役=動画×HPB 肝

🎯 **趣旨** 14→2軸→各1主役で「動画×ホットペッパー」に着地。GSサービスのど真ん中。

「ここからが本題。それぞれの主役を1つずつ選びます。入口の主役は"動画=リール"。一番多くの人に届くから。受け皿の主役は"ホットペッパー"。今すぐ客を取りこぼさないから。一人サロンは、まずこの2つに絞る。広告などは後回しでOK。」

スライド7 両輪で回す

🎯 **趣旨** 片方では成立しない。だから2つセットで整える必要。

「大事なものは、この2つを"両輪"で回すこと。動画で知ってもらい、ホットペッパーで予約される。動画だけでも、ホットペッパーだけでも回りません。両方そろって、はじめて集客が回り出します。」

スライド8 出口（次回・個別相談へ）

🎯 **趣旨** 次回（リールの型）予告+押さない一言。両輪の全体像を確認して締める。

「ここまでで、集客は"入口(動画)"と"受け皿(HPB)"の両輪、という全体像が見えたはず。次回は入口=動画の作り方、リールの"型"を具体的に。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。」