

動画③ / 入口編

来店につながる リールの「型」

何を撮ればいいのか、もう迷わない

集客の両輪のうち、 まずは"入口" = 動画から

今日は「来店につながるリール」の作り方を、型でお伝えします。

見比べてみましょう ①伸びない動画

× 伸びない動画

- × 施術の仕上がりを延々と映している
- × 無音・テロップなし
- × 長くて最後まで見られない
- × 「すごい」で終わり、予約につながらない

👁️ 着眼点：①3秒で続きが見たくなるか ②自分ごとに感じるか ③来店後が想像できるか

見比べてみましょう ②来店につながる動画

○ 来店につながる動画

- 最初の3秒で悩みを提示
- テロップで音なしでも伝わる
- 15~30秒・1メッセージ
- 「来店後の自分」が想像できる

同じ施術でも、この違いで"予約につながるか"が変わります。

それ、**施術自慢**になってませんか？

きれいな仕上がりを見せても、多くの方は技術の上手さを判断できません。
「すごいな」で終わって、予約にはつながらない。

役割は"作品を見せる"ことではなく
「来店後の自分」を想像させること

「ここなら私の悩みが解決しそう」「この人に相談できそう」
——そう感じた瞬間、予約は近づきます。

来店につながる 「3つの型」を公開します

最後まで見てくれた方だけに、そのままマネできる型をお渡しします。

来店につながる「3つの型」

1

悩み代弁型

「こんな悩み、ありませんか?」と、お客様の悩みを先に言葉にする。

→ 「それ私だ」と引き込む

2

カウンセリング型

普段お客様にしている説明やアドバイスを、そのまま話す。

→ 専門家の信頼が伝わる

3

BA+お客様の声型

変化を見せて、実際のお客様の言葉を添える。

→ 来店イメージが湧く

この3つを回すだけで、十分です。

勝負は「最初の3秒」=フック

3秒

3秒で「自分に関係ある」と思われなければ即スクロール。
1秒目から悩み・結論をぶつける。「眉が薄いのを気にしてる方へ」のように相手を絞って呼びかける。

インスタが広めるのは 「保存・シェア・最後まで見られる」動画

だから"作品自慢"より、**役立つ・後で見返したくなる**内容が伸びる。

 保存数

 平均視聴時間

 プロフィール
移行

次回へ

今回は"受け皿"＝ ホットペッパー編

動画で知ってもらった人を、予約につなげる作り方を。
動画の方向性に迷ったら、個別相談でも一緒に整理できます。