

動画④ / 受け皿編

# ホットペッパーで 取りこぼさない作り方

知ってもらった人を、予約につなげる

# 入口（動画）で知ってもらった人を、 受け皿で予約につなげる

今日は両輪のもう片方、**受け皿=ホットペッパー**の作り方です。

# せっかく知ってもらっても "見て終わり"で取りこぼす

動画に興味を持った人も、ページが弱ければ予約ボタンは押されません。  
受け皿の良し悪しで、予約数は何倍も変わります。

# そこは"比較して選ぶ"場所

お客様は何店舗も見比べて決めます。  
だから必要なのは「掲載する」ことではなく、**"比較で選ばれる作り"**です。

# 選ばれるHPB — 4つの勝ち所

## 1 写真

クリックされるかを定める"入口"

## 2 検索 (フリーワード)

探している人に見つけてもらう

## 3 センターキーワード&価格

一番効く言葉を中心に・100円単位で最適化

## 4 口コミ&返信

最後の一押し=信頼を作る

この4つを押さえれば、比較で勝てます。1つずつ見ていきましょう。

## ① 写真で、ほぼ9割決まる

# メイン写真が"クリックされるか"を決める

明るく清潔感のある実写／ビフォーアフター／施術中の様子。  
ギャラリーは「店内」より「**症例（変化）**」を優先。スマホの暗い写真はNG。

## ② 検索で「見つけてもらう」

# 地域 × 悩み × メニューの言葉を ちりばめる

メニュー名・キャッチ・フリーワードに、お客様が検索する言葉を入れる。

例：「名古屋 メンズ 眉毛」で出てくる状態を作る。

## 一番効くキーワードを"中心"に 価格は**100円単位**で最適化

最も集客につながるキーワードを、メニュー・キャッチの中心に置く。  
価格は**エリアごとに最適額が違う**。たった100円の差で、比較で選ばれるかが変わります。

## ④ 口コミは"返信"までがセット

# 件数だけでなく"**丁寧な返信**"が 信頼を生む

来店後にひと声かけて口コミをお願いする仕組み+すべてに丁寧に返信。  
返信は、見込み客への"接客"でもあります。

# よくあるNG（取りこぼしの原因）

## ⊘ 放置で情報が古い

→ 定期更新で"営業中"感を出す

## ⊘ 写真が暗い・少ない

→ 明るい実写・症例を増やす

## ⊘ クーポンが多すぎる

→ "初回の主役"を1つに絞る

## ⊘ 口コミに未返信

→ 全件に丁寧に返信する

どれも見込み客を逃す原因。逆に言えば、**直せばそのまま伸びしろ**です。

# 今日の内容は、ぜんぶ "持ち帰って"使ってください

写真の選定、競合を見たうえでの100円単位の価格調整、  
そして"一番集客しやすいキーワード"の見極め——ここは奥が深い部分です。  
もし迷ったら、個別相談で一緒に整理できます。