

## 動画④ 台本 — ホットペッパーで取りこぼさない作り方

受け皿編／目安9分／トーン：上から言わない・専門用語は言い換える

📄 台本ぜんぶコピー

### S1 オープニング

前は、集客の"入口"＝動画の作り方をお伝えしました。今日はもう片方、知ってもらった人を予約につなげる**"受け皿"＝ホットペッパー**の作り方です。これで、集客の両輪がそろいます。

📄 コピー

### S2 入口→受け皿の橋渡し

考えてみてください。動画でどれだけ知ってもらっても、最後に予約してもらった**"受け皿"**が弱いと、すごくもったいないですよね。今日はそこを、しっかり強くしていきます。

📄 コピー

### S3 受け皿が弱いと取りこぼす

受け皿が弱いと、どうなるか。せっかく動画に興味を持ってくれた人も、ページが弱ければ予約ボタンを押しません。つまり**"見て終わり"**で取りこぼす。逆に言えば、受け皿の良し悪しで、予約数は何倍も変わります。それくらい大事なところですよ。

📄 コピー

## S4 ホットペッパーの本質

まず大前提を。ホットペッパーは、**"比較して選ぶ"場所**です。お客様は、何店舗も見比べて決めます。だから本当に大事なのは、ただ"掲載すること"ではなく、**"比較で選ばれる作り"**にすること。ここを勘違いしているお店が、すごく多いんです。

📄 コピー

## S5 選ばれる4つの勝ち所

比較で選ばれるための"勝ち所"は、4つあります。①写真、②検索（フリーワード）、③センターキーワードと価格調整、④口コミと返信。この4つを押さえれば、比較で勝てます。1つずつ、プロの視点で見てください。

📄 コピー

## S6 ① 写真で9割決まる 専門

まず①写真。正直に言うと、**写真でほぼ9割決まります**。メイン写真は、お客様が"クリックするかどうか"を決める入口。明るくて清潔感のある実写、ビフォーアフター、施術中の様子がいい。フォトギャラリーは、店内の写真より**"変化=症例"**を優先してください。スマホで撮った暗い写真は、それだけで選ばれません。

📄 コピー

## S7 ② 検索で見つけてもらう 専門

次に②検索。探している人に見つけてもらうには、**お客様が検索する"言葉"を散りばめる**ことが大事です。ポイントは、地域、悩み、メニュー。これをメニュー名、キャッチコピー、フリーワードに入れていく。たとえば「名古屋 メンズ 眉毛」と検索したときに、あなたのお店が出てくる状態をつくります。

📄 コピー

## S8 ③ センターキーワード&価格調整 専門・最重要

③ここが、実は一番大事です。まず**"センターに置くキーワード"**——一番集客につながるキーワードを、メニュー名やキャッチの"中心"に持ってくる。そしてもう一つが価格です。これ、**エリアごとに最適な金額が違って、100円単位で変わります**。たった100円で、比較で選ばれるかどうかが変わる。だから、価格調整は本当に重要なんです。

📄 コピー

## S9 ④ 口コミは返信までセット 専門

④口コミ。これは件数を集めるだけでなく、**"返信"までがセット**です。来店後にひと声かけて口コミをお願いする仕組みをつくる。そして、いただいた口コミには、すべて丁寧に返信する。返信は、これから来るお客様への**"接客"**でもあるんです。読んでいる見込み客は、その返信であなたの人柄を見えています。

📄 コピー

## S10 よくあるNG=伸びしろ

逆に、これは"取りこぼしのNG集"です。放置で情報が古い。写真が暗い、少ない。クーポンが多すぎる。口コミに返信していない。——ドキッとした方も、大丈夫です。これ、全部**直せばそのまま伸びしろ**ですから。

 コピー

## S11 出口（個別相談へ）

ここまでで、入口の動画も、受け皿のホットペッパーも、やり方は全部わかったはず。ぜんぶ持ち帰って、そのまま使ってください。もし、価格の設計やキーワード選びで迷ったら、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