

## 動画④ 撮影ディレクション（安藤さん用）

受け皿編・ホットペッパーで取りこぼさない作り方／一字一句ではなく"趣旨"で話す用

★視聴者は①～③を見た高角度ユーザー。専門知識で価値を出し切り、最後は"迷ったら一緒に"の押さない一言で締める。

✦ 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 オープニング

🎯 **趣旨** 前回（入口＝動画）を受け、今日は"両輪のもう片方＝受け皿"を渡すと宣言。引き続き温度高めに。

「前は集客の"入口"＝動画の作り方でした。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。これで両輪がそろいます。」

### スライド2 入口→受け皿の橋渡し

🎯 **趣旨** 動画で知ってもらった人を、受け皿で予約に変える、という役割を再確認。

「動画でどれだけ知ってもらっても、最後に予約してもらう"受け皿"が弱いと、もったいない。今日はそこを強くします。」

### スライド3 安藤の実体験（8名→30名）

実話で信頼

🎯 **趣旨** **実体験で一気に信頼を作る**。「この技が全部詰まっている」と引き込み、受け皿の重要性に接続。

🗣️ **トーン** 正直に・自分の経験として・少し熱く

「実は私自身、ホットペッパー時代、もともと毎月8名ほどしか来なかったサロンを——30名まで集客できるようになりました。特別なことはしていません。やったのは、受け皿=ホットペッパーを"正しく"作り直ただけ。今日お話しすることに、その"技"が全部詰まっています。逆に言えば、受け皿が弱いと、それだけで取りこぼしてしまうんです。」

#### スライド4 HPBの本質="比較して選ぶ"場所

🎯 **趣旨** 掲載がゴールではない。お客様は見比べて選ぶ→比較で勝つ作りが要る、と視点を渡す。

「ホットペッパーは"比較して選ぶ"場所です。みんな何店舗も見比べて決める。だから大事なものは"掲載すること"じゃなく、"比較で選ばれる作り"なんです。」

#### スライド5 選ばれる4つの勝ち所

🎯 **趣旨** これから話す全体像を提示。①写真 ②検索 ③クーポン ④口コミの4つ。

「比較で選ばれる勝ち所は4つ。①写真、②検索（フリーワード）、③クーポン設計、④口コミと返信。1つずつ、プロの視点で解説します。」

#### スライド6 ① 写真で9割決まる

専門

実物を見せる

🎯 **趣旨** クリックの入口=メイン写真。症例>店内、明るさ・清潔感。実際の写真を見せると一気に伝わる。

「正直、写真でほぼ9割決まります。メイン写真は"クリックされるか"の入口。…例えば（と実際の写真を見せて）こういう明るくて変化が分かる写真と、暗くて何のサロンか分からない写真、どっちを押したくなりますか？ ギャラリーも、店内より"変化=症例"を優先してください。」

📹 録画時：良い写真／悪い写真の実例を画面で見せながら話す（手元の実物でOK）。百聞は一見にしかず。

### スライド7 ② 検索で見つけてもらう 専門

🎯 趣旨 地域×悩み×メニューの言葉をメニュー名・キャッチ・フリーワードに入れる。

「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。"地域×悩み×メニュー"——例えば"名古屋 メンズ 眉毛"で出てくる状態を作ります。」

### スライド8 ③ センターキーワード&価格調整 専門 最重要

🎯 趣旨 **ここが一番の肝。** 一番効くキーワードを"中心"に置く + 価格はエリアごとに100円単位で最適化（場所で正解が違う）。

「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。」

### スライド9 ④ 口コミは"返信"までセット 専門

🎯 趣旨 件数 + 丁寧な返信で信頼。返信は見込み客への接客。

「口コミは件数だけでなく、"返信"までがセット。来店後にひと声かけてお願いする仕組みと、すべてに丁寧な返信を。返信は、これから来る人への"接客"でもあります。」

### スライド10 よくあるNG=伸びしろ

🎯 趣旨 放置・暗い写真・クーポン過多・未返信。自店を思い浮かべさせる。

「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、口コミ未返信。…ドキッとした方、大丈夫。直せばそのまま伸びしろです。」

### スライド11 出口：全部渡す+押さない一言

🎯 **趣旨** 入口（動画）も受け皿（HPB）もやり方を渡し切る。最後は"迷ったら一緒に"と軽く差し出すだけ。

🔧 **トーン** 穏やかに・押さない

「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。ぜんぶ持ち帰って使ってください。もし、価格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。」