

動画⑤ / リピート編

売れてるサロンがやっている 次回予約率 向上の施策

新規の次は、"通い続けてもらう"

新規だけを取り続けるのは、 正直、しんどい

売れているサロンは、**売上の約90%をリピーター**で賄っています。
リピートの仕組みこそ、経営を安定させる土台です。

あなたと似たサロン、 近くにありますか？

あるなら——"付加価値"がなければ、
誰もあなたを"選び続けて"はくれません。

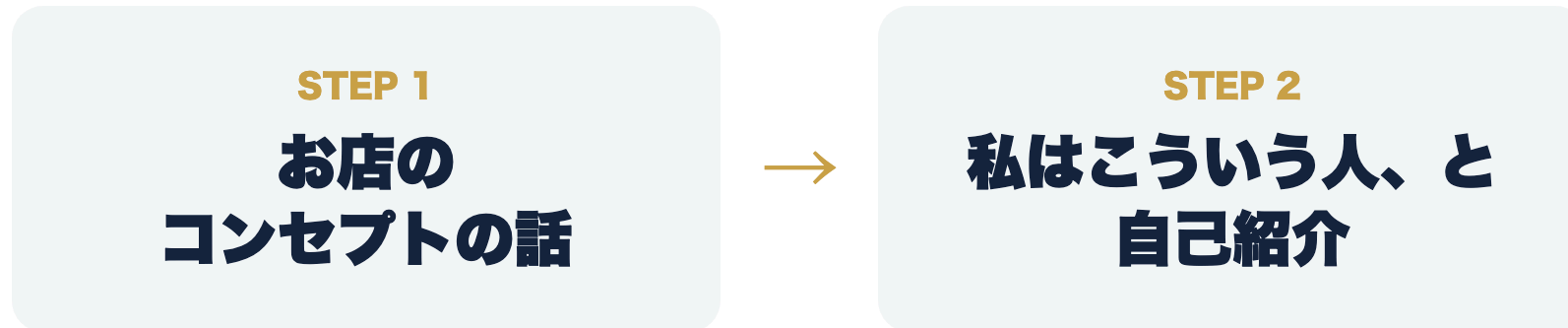
売れていないサロンが、 やっていないこと = 「自己紹介」

自己紹介がないと、ただの"薬剤・施術内容"の話で終わってしまう。
それでは、他店との違いが伝わりません。

「きれいになりたい」 +
「誰にやってもらおうか」

技術で差がつく時代ではありません。
最後は、"人"で選ばれ、"人"で通い続けてもらえます。

来店したら、この順番で



この流れを、私たちは「寄り添う自己紹介」と呼んでいます。

自己紹介で絶対に伝える「3つ」

1

なぜ、この
サロンを始めたか

2

昔の自分は
こうだった

3

お客様に
どうなってほしいか

この3つだけは、必ず入れてください。"人柄"が伝わり、信頼が生まれます。

「通い続けると、どうなるか」 ＝未来の話をする

続けるとこうなる／続けないと、こうになってしまう。
この"教育"をせずに次回予約を勧めるから、断られる。**ただ施術するだけはNG。**

完成までの"**周期**"に合わせた 次回予約クーポンを作る

例：眉毛は3回で完成 → 1回目・2回目・3回目で価格や周期を分ける。
肌なら5回。「**周期で設計**」するのがコツ。割引がないサロンは、意外と多いです。

| この3つを、1ヶ月続けると

+30%↑

自己紹介・未来の話・周期クーポン。この3つを1ヶ月続けるだけで、
次回予約率は**30%以上アップ**します。現に、クライアント様も上がっています。

回数券で売上を上げる方法、 「来店 → 回転」までのフローは また全然違います

今日の"次回予約"は、ほんの入口。
回数券の設計・リピートの回し方など、**まだお伝えできることがたくさんあります。**

まずは価格設計や自己紹介、 一緒に作りませんか？

「周期に合わせた価格の決め方がわからない」

「自己紹介の作り方がわからない」——そんな時は、個人面談でお手伝いします。

無理な売り込みはしません。まずは、あなたのサロンに合う形を一緒に整理しましょう。