

売上がアツプする

美容室の

植林宏樹 著

集客方法

28

オンライン集客 21
+オフライン集客 7

インターネット集客+店舗集客を網羅

売上アップしたいけど...

何をしたらよいかわからない

まずは、方法を知りましょう！

美容室で使える集客方法を集めてみました。



サロンで使える<28の集客方法>

(はじめに)

売上は、**客数×単価×来店率**で形成されます。売上向上を目指す際はそれら全てをバランスよく見直すことが大切になりますが、多くのお店がまずは、“集客”と考えるのではないのでしょうか？

2015年に個人事業主として事業を開始した私もやはり1番苦労したのは集客です。今回のレポートは、あらためて集客について考える際にその方法をピックアップして頂きやすいように各集客方法の特徴をまとめたものです。

サロン経営において活用できそうな集客方法をわかりやすくまとめていますのであなたのお店に合う方法、使いやすい集客方法を見つけて頂くきっかけとしてご活用ください。

資料の中で各集客方法の特徴を☆印グラフで表現していますが、あくまでも私の主観により特徴を表現したもので各集客方法やメディア、コンテンツを評価するものではございません。また集客効果を保証するものでもございませんので、ご自身の責任の範囲で参考程度にご利用して頂きますようお願いいたします。皆様の店舗集客に少しでもお役立て頂けると幸いです。

サロンで使える<28の集客方法>

目次

【オンライン編】	5
<ポータルサイト>	6
1. ホットペッパー	7
2. 楽天ビューティ	8
3. minimo (ミニモ)	9
4. E-PARK.....	10
5. エキテン	11
<ホームページ/ブログ>	12
6. ホームページ (外注制作)	13
7. ホームページ (Wordpress)	14
8. ホームページ (制作ツール Wix、Jimdo、ペライチなど)	15
9. Google ビジネスプロフィール.....	16
<SNS>	17
10. Facebook.....	18
11. Instagram.....	19
12. Twitter.....	20
13. YouTube.....	21
14. Tik Tok.....	22
15. LINE 公式アカウント	23
<インターネット有料広告>	24
16. Google 広告	25
17. Yahoo 広告	26
18. Facebook 広告 (Instagram 広告)	27
19. Twitter 広告	28
20. YouTube 広告.....	29
21. LINE 広告.....	30
【オフライン集客編】	31
<チラシ>	31
22. ポスティング.....	32
23. 新聞折り込み.....	33
24. チラシ交換	34
<看板>	35
25. 外装	36
26. 立て看板	37

サロンで使える<28の集客方法>

27. フラッグ（壁付）	37
<営業>	38
28. 法人活動	39

【著作権について】

このレポートの著作権は Plus heart 植林宏樹に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

サロンで使える<28の集客方法>

【オンライン編】

まずはインターネットでの集客方法です。総務省データによると2020年時点でインターネット利用率は83.4%となっており年々増加の傾向にあります。乳幼児や高齢者を除くと日本人のほぼ全員がインターネットを利用しているといってもよいかと思えます。様々な業界で集客のベースとなっており美容業界も例外ではありません。

オンラインでの集客は効率もよくその方法も様々です。新しい方法も年々増えていて、今後も様々な手法が増えることが予想されます。オンラインは、オフラインに比べて変化のスピードが速いのが特徴です。次々と新しい方法が出てきますので、集客のベースになっていた媒体が数年後にはなくなっているといったことも起こります。

重要なポイントは、情報に溺れることなく自店のお客様に適した方法を選定することです。つまりお客様が、“何を見ているか？”という事をよく考えなければいけません。

集客方法のご紹介はジャンルごとにまとめておりますので、あなたのお店で活用できそうなジャンルに絞り複数の媒体を比較検討されることをお勧めいたします。

サロンで使える<28の集客方法>

<ポータルサイト>

それではここから具体的な集客方法、媒体のご紹介に入ります。まずはじめは、ポータルサイトです。美容業界では集客の主流となり媒体数も全国展開するものからローカライズされたものまで多くのサイトが存在します。全てご紹介することは難しいので、現場でよく目にするものにある程度絞ってお伝え致します。

現状では上位の大手サイトが圧倒的にシェアを占めている状態かと思えます。ポータルサイトでの集客は、繁華街や駅前の立地では必須の集客方法となります。即効性も高いポータルサイトでの集客は新規出店の際などにも大きな効果を発揮しますが、なんとなく載せてしまうとコストだけが膨らんでいくことにもなってしまいます。リピート率なども含めてどの程度の利益につながっているかをシビアに見て活用していくことが重要だと思います。



サロンで使える<28の集客方法>

1. ホットペッパー

インターネット上の集客で美容業界において主力となっているのは、やはりホットペッパービューティです。特にスマホ世代をお客様とする場合は避けては通れない状況です。圧倒的な集客力を誇るポータルサイトですので新規集客にはかなり有効です。また予約機能の利便性も大きなアドバンテージとなります。

継続的に大きなコストがかかることが一番のデメリットになりますので「リピート率をどうやって高めるか」「直接予約にもっていけるか」その辺りがサロン側の課題となります。

集客力	★★★★★
コスパ	★★
即効性	★★★★★
リピート率	★

サロンで使える<28の集客方法>

2. 楽天ビューティ

知名度も申し分なく、女性ユーザーも多い楽天です。“楽天経済圏“と言われるほど楽天の囲い込み戦略は進んでいますので、楽天ユーザーがターゲット層になる場合は本家楽天からの流入も見込めるので効果大と言えるかもしれません。掲載料は無料で来店時のみ料金がかかる成約課金型です。

楽天ビューティもポータルサイトとしてメジャーな選択肢の1つです。

集客力	★★★★★
コスパ	★★★
即効性	★★★★★
リピート率	★

サロンで使える<28の集客方法>

3. minimo (ミニモ)

カットモデルマッチングサービスのミニモですが、現在では集客ポータルサイトとして使用されている印象です。若年層が中心となりますのでお店としての集客というよりはデビュー直後のスタイリストが活用するサイトです。

モデル募集なので、単価は安くキャンセル率も高いようです。あくまでも若手スタイリストがお客さんをつかんでいく手段の1つとして活用していくのが望ましいと思います。

集客力	★★★★
コスパ	★★★
即効性	★★★★
リピート率	★★

サロンで使える<28の集客方法>

4. E-PARK

掲載のページが検索上位に上がることは少ないのでポータルサイトとしての効果はそれほど高くないかもしれません。その一方 Google マップとの連携がされており、Google マップからの直接予約が可能なので、駅前、繁華街など立地面で有利なお店は上手く機能すると通りすがり客の誘導に期待できます。

成果報酬型なので立地と料金体系があれば活用できると思います。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆☆☆
即効性	☆☆
リピート率	☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

5. エキテン

ポータルサイトの中では有料プランも比較的安いのが特徴です。集客力はそれほど強くなさそうですが、価格相応といったところでしょうか。リーズナブルなイメージがあるのでブランディングをはかりたいサロンには適さない面もあるかもしれません。

無料プランもあるので他のポータルサイトを使わない場合やホームページをもっていないお店は、とりあえずのインフォメーションとして載せておいてもよいかと思います。

集客力	☆☆
コスパ	☆☆☆☆
即効性	☆☆
リピート率	☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

<ホームページ/ブログ>

ホームページはネット上でのお店の看板とも言える最も重要な部分です。集客できるかどうかは、SEO（検索エンジン最適化）やセールスライティング、デザイン、サイト設計など多くの要素が関連するため一言では語りつくせません。またアクセスを増やす方法もSEOだけではなく、SNSなど他の媒体からの流入によって増やすなど多くの方法が存在します。

お店独自のイメージをしっかりと伝えて集客することが出来るのでポータルサイトよりも良質な顧客獲得が出来る傾向にあります。

作りっぱなしで置いてあるホームページもたくさんありますが、定期的に更新し新しい情報を配信していくことで効果は最大化されます。



サロンで使える<28の集客方法>

6. ホームページ (外注制作)

制作会社さんなどをお願いして作ってもらうホームページです。予算によりませんが、デザインも機能も基本的にはほとんど全てがカスタマイズ出来るのでお店のイメージ通りのサイト制作が可能です。どんな目的でどんなホームページにしたいのか、しっかりと制作者に伝える必要があります。まるなげにならないように気をつけましょう。コストは1ページの簡単なペラサイトなら5万円程度、複数ページを組み込んだサイトで30万円前後、作り込んだ大型のサイトだと100万円ほどかかる事もあります。作る内容により価格幅は広がります。維持費は、サーバー代、保守費用などで1,000円~3,000円程度が一般的ですが業者により異なります。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆
即効性	☆☆
リピート率	☆☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

7. ホームページ (Wordpress)

ワードプレスは、サイト作成やブログ作成に使用する無料のCMS（コンテンツマネジメントシステム）ですが、ディズニーランドなど大手の企業も公式ページで使用するようになっています。また世界的にも40%ほどのシェアを占め、Googleの検索に上位表示されやす特徴がありWEB制作の会社もワードプレスをカスタマイズしてクライアント用のページ作成をしている場合もあります。基本的にはコーディングができなくても制作可能なのである程度PCをさわれる人なら自分で制作することが出来ます。初期制作に自信がない場合は、制作のみ外注してその後の管理と更新を自分で行う方法もあります。自分で制作や管理をする場合はサーバー代とドメイン料（月1,000円程度）だけで使用できます。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆☆☆☆
即効性	☆☆
リピート率	☆☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

8. ホームページ（制作ツール Wix、Jimdo、ペライチなど）

自作する場合はワードプレス以外にも制作ツールを使う方法もあります。

Wix、Jimdo、ペライチなどは直感的な操作で簡単に使えるのでPCに自信がない方でも慣れれば使用可能です。無料で使い始められるものが多いですが、機能制限があるため本格的運用には有料プランが必要です。月額2,000~3,000円程度かかるのでワードプレスよりもややコストはかかります。また各ツールの機能に依存する形になりますので拡張性、自由度は低めです。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆☆☆
即効性	☆☆
リピート率	☆☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

9. Google ビジネスプロフィール

店舗ビジネスにとっては必須！ ネット集客をおすすめする方の中には「検索して出ないお店は存在しないのと同じ」とまで言い切る方もいます。

そこまでではないにしても新規のお客様の場合は、場所を検索する可能性はかなり高いので Google マップにお店の詳細が出てくる方が圧倒的に有利です。むしろお店の名前をしっているのに場所が見つからないと失客につながる可能性もあります。

無料なので絶対に登録しておきましょう。



集客力	☆☆☆
コスパ	☆☆☆☆☆
即効性	☆☆☆
リピート率	☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

<SNS>

続いて年々需要の高まる SNS です。コストもかからず手軽にはじめられますが、ある程度集客につなげようと思うとかなりの労力が必要です。

また継続しないといけないので得な人は楽しく運用できますが、苦手な人には大きな負担になる場合もあります。

Facebook は終わった、インスタは飽和状態、これからは TikTok、などと言われますが、基本的にはどの SNS がよいかではなく“あなたの顧客が何を使っているか？”“お客さんが何を見ているか？”が重要です。

SNS は単体で集客に使用するだけでなく、ホームページへの誘導、LINE 友達追加への誘導など他媒体のサポート役としての使用がおすすめです。



サロンで使える<28の集客方法>

10. Facebook

40代前後の男性ユーザーが多くビジネスユースがシェアを占めるイメージです。FacebookからSNSをやり始めたという方も多いと思います。集客というよりは、人脈づくりや既存客とのコミュニケーション目的での情報発信が中心と考えた方が良いでしょう。

集客というよりは情報収集や横のつながりを作るためにFacebookグループを無料のオンラインサロンとして活用する方法を多く見かけます。

集客力	★
コスパ	★★★★★
即効性	★★★
リピート率	★★★★★

サロンで使える<28の集客方法>

11. Instagram

Facebookと同じくMeta社が運営するSNSです。元々インスタは若い女性が多いイメージでしたが、男女比率も半々程度になり年齢層も上がったため割と幅広く使用されるSNSになりました。写真投稿が基本なので美容室との相性がよく多くのお店が使用しています。

ビジネスアカウントでブランディングをする、スタイルの写真を投稿しイメージを伝えるなど使用方法はたくさんあります。Tik Tokが火付け役になったショート動画ブームの影響でインスタもショート動画を投稿するストーリーズとリールが主流になってきています。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆☆☆☆☆
即効性	☆☆☆
リピート率	☆☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

12. Twitter

若年層のユーザーが多めでインスタに比べると美容室のビジネスユースは少なめです。集客に使えるかどうかはお店のターゲット層によりますが、競合は少ないといえます。手軽に投稿しやすいので労力がかからず、拡散力が強いのが特徴です。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆☆☆☆☆
即効性	☆☆☆
リピート率	☆☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

13.YouTube

ユーザーの幅は広く、他の SNS と同様検索ツールとしても使用されています。動画では色々なことを伝える事ができるので情報量は圧倒的に多く集客ツールとしても有効です。多くの業界でビジネスでの使用が広まっていますが、美容室においても施術風景や店内を見せたり、美容師さんからお客様へ情報提供として動画を配信するなど有効に活用できます。

他の SNS に比べると取り組むまでのハードルは高くなりますが、逆に競合はかなり少なくなります。また YouTube の動画は一度あげると何度も見てもらえる可能性があるため長期的な集客効果も見込めます。

集客力	★★★★
コスパ	★★★★
即効性	★
リピート率	★★★★★

サロンで使える<28の集客方法>

14. Tik Tok

ショート動画の火付け役となり若年層中心に急激に伸びました。若年層をターゲットにしている美容室では認知度アップなどの効果が見込めます。プロフィールにリンクも貼れますし他の SNS への誘導もできるので集客に使えます。

情報量が限られるので他の媒体との組み合わせによって効果を発揮できると思います。

集客力	☆☆
コスパ	☆☆☆☆☆
即効性	☆☆☆
リピート率	☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

15.LINE公式アカウント

使用者の幅が広く日本では最もユーザーが多くなります。ビジネスでは、個人アカウントではなくLINE公式アカウントを使用します。

投稿もできますが、基本的にはチャットをメインに使用し顧客への情報配信やコミュニケーションのツールとして使用します。新規集客よりも既存客へのアプローチや宣伝にかなり有効です。LINE社も店舗用集客ツールとして打ち出しておりクーポン、ポイントカード、予約機能（拡張機能）など店舗集客用の機能がかなり豊富です。他の媒体でお友達登録し、LINEでリピート確保の流れが作れると大きな売り上げにつながります。

集客力	★★★★★
コスパ	★★★
即効性	★★★★★
リピート率	★★★★★

サロンで使える<28の集客方法>

<インターネット有料広告>

最後に有料広告です。Google、Yahoo のリスティング広告と Facebook などの SNS 広告にわかれます。リスティング広告はホットペッパーや楽天ビューティも使用している広告です。使用している美容室はあまり多くありませんが、個人でも出稿は可能です。ただしある程度の予算は必要なので低額の予算でも効果が出やすく使用も簡単な SNS 広告の方が最初は使いやすいかもしれません。

また広告単体では使用できませんので広告経由で流す先が必要です。お店のホームページでも構いませんが、本格的な集客に取り組む場合はランディングページと言われる目的を絞ったセールス専用ページを用意するのが一般的です。

- ・ホームページ=お店の全てのサービス、スタッフ、店舗情報など
- ・ランディングページ=1つのテーマ、1つのメッセージのセールスページ

すごく簡単に言ってしまうとこんな感じです。広告の場合は、基本的に集客が目的となりますのでそこにポイントを絞った導線づくりが重要です。

サロンで使える<28の集客方法>

16. Google 広告

ネットを使うユーザーのほとんどが目にします。iPhoneのデフォルトの検索エンジンのサファリもGoogleですのでスマホユーザーもほとんどがGoogleの検索結果を見ます。SEOによる上位検索の更に上に出るのが広告スペースです。広告は見られないと思っている方もたまにおられますが、広告を見ないのは調べ物をしている検索ユーザーだけで購買意欲の高いユーザーは広告を開きます。

キーワード検索に対して上部に表示させる検索広告と開いているページ内にバナーなどが表示されるディスプレイ広告にわかれます。

他のサロンとの違いが分かりやすい訴求ポイントを持っているお店は有効な使い方があるかもしれません。

集客力	★★★★★
コスパ	★
即効性	★★★★★
リピート率	★★★★★

サロンで使える<28の集客方法>

17.Yahoo 広告

Google よりもユーザーの数は少なく、年齢層が高めです。基本的な使い方などは Google 広告と同じような感じです。客層に合わせて Google を使うかヤフーを使うか?といったところですが、本気でリスティング広告をやる場合は両方テストしてみて効果が高い方を選ぶのが理想です。

集客力	★★★★
コスパ	★
即効性	★★★★
リピート率	★★★★

サロンで使える<28の集客方法>

18. Facebook 広告 (Instagram 広告)

SNS 広告はリスティング広告とは違い、出稿先は SNS 上に限られます。

Facebook 広告で広告が出せるのは、facebook と Instagram です。設定にもよりますが、facebook が顧客データから最適化された相手に表示しますのでリスティング広告よりも精度が高く、低予算で効果が出る場合が多いようです。

直接予約ページへ誘導することもできますし、SNS アカウントのフォロワー獲得に使うこともできます。

キーワード設定などが必要ないので管理画面の操作も Google や Yahoo よりは簡単です。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆
即効性	☆☆☆☆
リピート率	☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

19. Twitter 広告

Twitter アカウントで Twitter 上に出稿できます。他の SNS 広告と同じく直接予約ページやホームページへの誘導に使うこともできますし、SNS のフォロワー獲得や認知アップに使用可能です。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆
即効性	☆☆☆☆
リピート率	☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

20.YouTube 広告

今回はわかりやすくするために YouTube 広告としましたが、正確には TrueView 広告という Google 広告です。動画の前や途中にながれる CM のような広告です。YouTube の市場が年々大きくなっていますので今後は更に伸びる可能性もあります。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆☆☆☆☆
即効性	☆☆☆
リピート率	☆☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

21.LINE 広告

LINE の中でも比較的新しいサービスで他の広告に比べると歴史が浅いため使用しているお店も少なく効果は未知数です。ただ SNS としては日本一のユーザーを誇る LINE です、使い方によってはかなりの効果が期待できるかもしれません。

LINE 広告も直接予約ページやホームページに誘導する方法と LINE のお友達を増やす方法があります。LINE 公式アカウントの運用が上手くいっている場合はお友達登録に活用した方が効率的かもしれません。

集客力	★★★★
コスパ	★
即効性	★★★
リピート率	★★★★★

サロンで使える<28の集客方法>

【オフライン集客編】

続いては、オフラインでの集客です。店舗型ビジネスにおけるもっともベーシックな昔からある集客方法です。ネット社会になりその効果が薄れていると思われがちですが、実際には競合がネットに偏っていて意外と穴場の方法が見つかるというケースもあります。またチラシやDMからホームページへ誘導したり、店内でLINE登録を促し後日クーポンを発行したりなど、オフラインとオンラインの組み合わせにより幅も広がります。

<チラシ>

どの業界でも使われるのが、チラシを使った集客です。労力もコストもかかりますが、取り組みやすい集客方法で年齢層も関係なく幅広くアプローチできます。以下、具体的なチラシの活用方法を3つお伝えしていきます。

サロンで使える<28の集客方法>

22. ポスティング

まずは、ポスティングです。店舗集客の基本中の基本ですね。オープン当初は、たくさんチラシをまいたけど最近はやっていない、そんな店も結構多いのではないのでしょうか？人の入れ替わりが多い時期や過去にポスティングしたことがない地域へのポスティングは有効な場合もあります。また年齢層関係なくアプローチしやすいのも紙媒体の魅力です。実行のポイントは、同地域に複数回ポスティングするです。1回チラシをみてもタイミングが合わなければ即ごみ箱行きです。どうせやるなら数回は繰り返した方が効果的です。また予算に余裕があれば、チラシに番号などをふり地域ごとの反応率などを見れると次回からの効果アップにつながります。

集客力	☆☆
コスパ	☆☆
即効性	☆☆☆
リピート率	☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

23.新聞折り込み

ポスティングに続くチラシの使い道としては、新聞折り込みが一般的かと思われます。新聞自体が昔に比べると発行数が減少しておりまた購読者の年齢層も限られる傾向にあります。ただポスティングに比べて手に取って頂ける確率は数段に上がりますのでお店のターゲット層にマッチするのであれば利用価値はあると思います。また最近では実家在住の若い層を狙ったリクルート目的のチラシといった活用もあるようです。

集客力	☆☆
コスパ	☆☆☆
即効性	☆☆☆
リピート率	☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

24. チラシ交換

チラシの活用方法の最後は、近くの飲食店などとのチラシ交換です。立地にもよりますが、近隣に商業施設が点在している場合などは有効です。また他業種の経営者との接点ができることも思わぬメリットを生むことがあります。

交換先のお店、来店するお客様、自店、それぞれにメリットがある条件を付けることが必要になりますので内容は慎重に考え、また交換先のお店ともコミュニケーションをとってから相談するようにしましょう。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆☆☆☆☆
即効性	☆☆
リピート率	☆☆☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

<看板>

リアル集客での2つ目のジャンルは、看板です。店舗の作りや立地自体が集客につながる店舗ビジネスならではの集客方法になります。

特に美容室はただ目立つだけではなく、「オシャレなデザイン」「入りやすそうな雰囲気」など店舗のコンセプトに合わせお客様への訴求を行う必要があります。



サロンで使える<28の集客方法>

25.外装

まずはお店自体の見た目です。店舗ビジネスにおいて外装は非常に重要です。通りすがりのお客様はサービス内容がわからない段階では、外装のデザイン、そこに取り付けられた看板などのイメージでお店を判断されることもあります。オーナーの好みだけではなく、お客様からの印象なども考慮に入れてコンセプトが伝わるようにしていきましょう。

集客力	★★★★
コスパ	★
即効性	★★
リピート率	★★★★★

サロンで使える<28の集客方法>

26. 立て看板

非常にお手軽でコストもかけずに出来る集客方法の1つです。ただし前を通るお客様にしか効果がありませんのでかなり限られた範囲での集客方法です。

歩行者が多い場所、繁華街、商店街などでは有効です。

27. フラッグ（壁付）

立て看板よりやや手間とコストがかかる場合が多いですが、高い位置に設置できるので見てもらえる範囲が少し広がります。立て看板が置きにくい場所などの場合検討しても良いかもしれません。

集客力	☆☆☆
コスパ	☆☆☆☆
即効性	☆☆
リピート率	☆☆☆

サロンで使える<28の集客方法>

<営業>

続いては、法人向けに営業をかけるという方法です。基本的には“待ち”の商売である美容室においてお店側から営業をかけるという発想はあまりないかもしれませんが、安定した仕事につながる事もあるので知っておいて損はないと思います。実際に個人店でも空いた時間で営業活動をされているところもあります。



サロンで使える<28の集客方法>

28. 法人活動

ここでご紹介するのは、美容室が行う法人向け営業です。例えば福祉関係の施設への出張美容の提案や着物レンタルの会社への成人式の提携などになります。個人店には少しハードルが高いように感じるかもしれませんが、個人店でも他社との提携や出張サービスを行っているところがあります。まずは自店が行える法人向けサービスや他社との提携についてリストアップするところからスタートです。具体的な方法としては、電話やFAX、メールなどでアポをとり商談や打ち合わせにつなげるといった流れが一般的です。

その他にも経営者の交流会や名刺交換会などに参加する方法があります。

集客力	★★★★
コスパ	★★★
即効性	★
リピート率	★★★★

サロンで使える<28の集客方法>

<最後に>

いかがでしたでしょうか？意外と知らない集客方法はありましたか？既に知っている方法ばかりでしたでしょうか？対面の接客業である美容室は、やはりオフラインでの集客を大切にすべきという意見もあり、その一方で今はネット集客が主流になっているという現実もあります。

絶対に忘れてはいけないことは、オフラインであってもオンラインであっても、あくまでもお客様にアプローチをする方法の1つに過ぎないということです。美容室の目的は、お客様に美を提供し満足のいくサービスを受けて頂く事です。集客はその美容室の経営を支える売上づくりのパーツの1つに過ぎません。あなたのお店に新しいお客様を呼ぶために、少しでもお役立ていただけると幸いです。

今後も皆様のお役に立つようなコンテンツを発信していけるよう日々努めてまいります。最後まで読んでいただきましてありがとうございました。



サロンサポート事業 Plus heart

代表 植林 宏樹