サロン・個人事業主のための

業種別 リッチメニュー構成例

6分割。左上が「いちばん押してほしいボタン」です。

① 予約が主役の店（サロン・整体・ジム）

予約する 空き状況を見る	**メニュー・料金** 所要時間つき	**はじめての方へ** 流れ・服装・持ち物
アクセス 地図・駐車場	**よくある質問** 不安をここで消す	**相談する** 予約前の質問

考え方：予約が売上に直結するので、左上を独立させて大きく見せる。**「はじめての方へ」を必ず入れる**——新規が離脱するのは料金ではなく「何をされるか分からない」不安。

② 来店の間隔が空く店（飲食・ネイル）

今週の空き いま予約できる枠	**メニュー** 写真つき	**今月のおすすめ** 毎月差し替える
アクセス 地図	**デザイン集／お品書き** 見て楽しめるもの	**お問い合わせ**

考え方：思い出してもらうのが仕事。**「今月のおすすめ」を毎月差し替える**と、メニューを開く理由ができる。中身が変わらないメニューは押されなくなる。

③ 検討が長い業種（不動産・高単価サービス）

個別相談 無料・オンライン可	**サービス紹介**	**お客さんの声** 実際の事例
資料をもらう PDFを自動送付	**よくある質問** 費用・期間	**会社案内**

考え方：すぐ決まらない相手なので、**いきなり相談だけを置かない**。「資料をもらう」という軽い一歩を用意して、そこから温める。

共通の作り方

外さない5つのルール

- **左上が一等地。**いちばん押してほしいものを1つだけ置く
- **6枠を全部埋めない。**迷わせるより、空白のほうが押される
- **ボタンの言葉は動詞にする。**「料金」より「料金を見る」
- **季節で1枠だけ差し替える。**全部作り直さない
- **押された数を毎月見る。**0回のボタンは消す

作る前に決めること（これだけ先に紙に書く）

- このメニューで**いちばん増やしたい行動**は何か（予約／相談／来店）＝左上に置くもの
- お客さんが**いちばんよく聞いてくる質問**は何か＝「よくある質問」に入れるもの
- 押されたあと、**その先に用意できているか**（ページ・予約枠・PDF）。無いボタンは作らない