サロン・個人事業主のための

予約が埋まる公式LINEの設計図

作る順番を間違えなければ、公式LINEは1日で形になります。

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4	STEP 5
入口をつくる	**あいさつを書く**	**1問だけ質問する**	**信頼を積む**	**出口を1つに**
「登録する理由」を1つ決める。クーポンより**不安の解消**が強い。 例：初回の流れが分かる／自分に合うか診断	登録直後の1通で、①お礼 ②何をくれる人か ③次に何が届くか を伝える。 ここで売らない。	「はじめて／久しぶり／通っている」の3択。 **答えで送る内容を変える**のが、ブロックを防ぐ最大の要因。	3〜5通かけて、失敗談・お客さんの変化・よくある誤解を送る。 売り込みは最後の1通だけ。	行き先は**予約か相談のどちらか一方**。2つ並べると人は選ばずに離れる。

送る順番（登録日を0日目として）

日	送るもの
0日目	お礼＋自己紹介＋「明日、◯◯の話を送ります」
1日目	3択の質問（はじめて／久しぶり／通っている）
3日目	よくある誤解を1つ壊す（例：痛くないと行っちゃダメ？）
5日目	お客さんの変化を1つ（写真より**言葉**のほうが響く）
7日目	自分の失敗談。人柄が伝わるのはここ
10日目	はじめての方への案内（**初めての売り込み**）
以降	週1〜2通。**価値8：案内2**を守る

相手で送り分ける（これが要）

相手	送る中身
はじめて	不安をなくす。流れ・料金・所要時間・服装
久しぶり（休眠）	**いちばん反応が出る層。**「久しぶりの方限定」で来店理由を作り、期限を切る
通っている	次回の予約と、家でできること。売り込まない

リッチメニュー（6枠の並べ方）

① 予約する	② メニュー・料金	③ アクセス
④ よくある質問	⑤ 初めての方へ	⑥ 相談する

やりがちな失敗

- × **全員に同じ配信を送る**
  関係ない案内が続くとブロックされる。一度ブロックされたら、その人には二度と届かない
- × **登録特典をクーポンだけにする**
  割引で来た人は、割引がないと来ない。「不安が消える情報」のほうが残る
- × **作り込んでから公開しようとする**
  STEP1と2だけで公開してよい。3〜5は登録者が増えてから足せばいい

今日やること（5分）

3ヶ月以上来ていないお客さんが、何人いるか数える。

その人数 × 客単価 × 5% が、いま取りに行ける売上です。
新しいお客さんを集めるより、こちらのほうがずっと早く動きます。