

1人治療院のための
月商100万円最速達成
ロードマップセミナー

参加特典について

開業前に
知るべきシリーズ
限定特典
#01
成功率・失敗率

開業前に
知るべきシリーズ
限定特典
#02
治療家→経営者になるために

開業前に
知るべきシリーズ
限定特典
#03
挑戦を続けられる者が成功する

売り上げ50万以下治療院向け
新規集客の基礎

初心者向け
穴埋め式
トークスクリプト

これを知らないと
失敗率100%
マーケティングと
広告の違いを理解しよう

予約が取れない
人気治療院に学ぶ
秘密の魅せ方

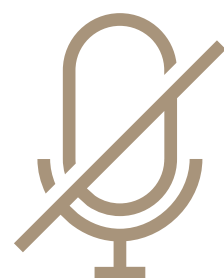
SEO対策の基礎

Q 改善しない腰痛
って、諦めるしかないんですか？
A 正しい方法で対処すれば...
ガラッと人生変わります
〇〇整体院では〇〇を取り入れた腰痛に特化した施術が体験できます
【このチラシ限定】
月 日まで
特別価格 **1,980円** 税込
【キャンペーンは予告なく終了いたします！今すぐお問い合わせを！】
〇〇整体院
営業時間：9:00-22:00
定休日：日・祝日
000-000-0000

セミナーの最後に特典ページのURLを送らせていただきますので
楽しみにしててください！

セミナー中のお約束

① ミュートでご参加ください



セッション中は
基本的に**ミュート**でお願いします。

② 質問・ワークは積極的に考えてください



途中で私から直接質問を出すので
自分なら、としっかり考えて下さい。

ワークが途中で終わった人は後日
やってみてください

③ お願い



携帯操作・録画・スクショ・情報を外部へ露出などは禁止事項となります。
また、基本的には**顔出しでの参加**をお願いします。

④ 勉強会中の質問は投げないでください



勉強会の流れが崩れてしまい、
他の参加者の方に迷惑となってしまうので
話中に質問を投げるのは厳禁でお願いします。

(途中で私の方から質問の有無を確認します)

自己紹介

名前

山崎 大輝

資格

理学療法士・NLPカウンセラー・コーチング
Googleデータアナリティクスプロフェッショナル
Google検索広告プロフェッショナル

実績

累計100店舗以上の経営や開業準備に関与。
主な依頼先は整体院、接骨院、鍼灸院、整骨院
ニキビサロン、パーソナルジム、ストレッチサロンなど。

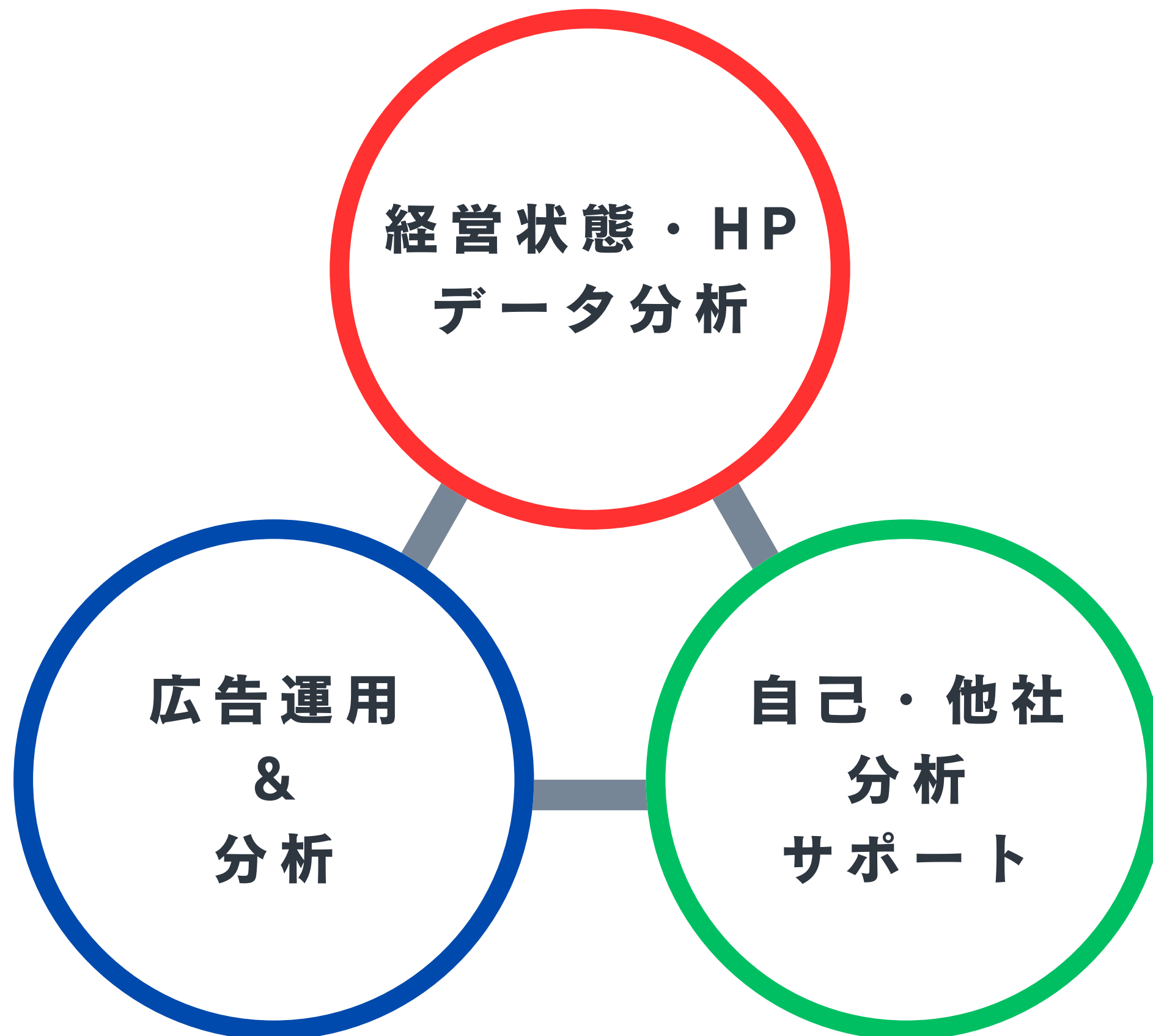


Google 広告「検索広告」プロフェッショナル認定資格

Google データアナリティクスプロフェッショナル

認定証

主な仕事内容



セミナー依頼を受けた理由

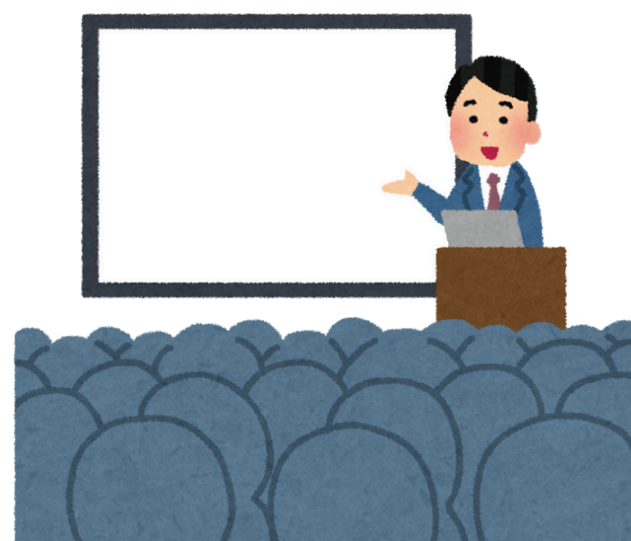
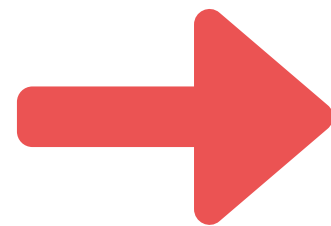
**セラピストの金融リテラシーをあげ
経済的に自立した人を増やしたい**

**金融リテラシーとは経済的に自立し、
より良い生活を送るために必要なお金に関する知識や判断力を持つこと**

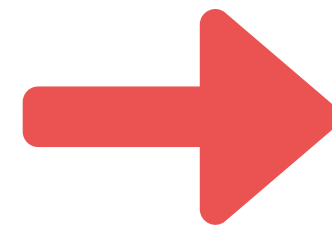
熱意のあるセラピストほど貧乏



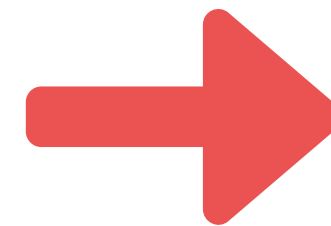
患者さんを治したい
もっと勉強したい



研修・セミナーに
実費で参加する

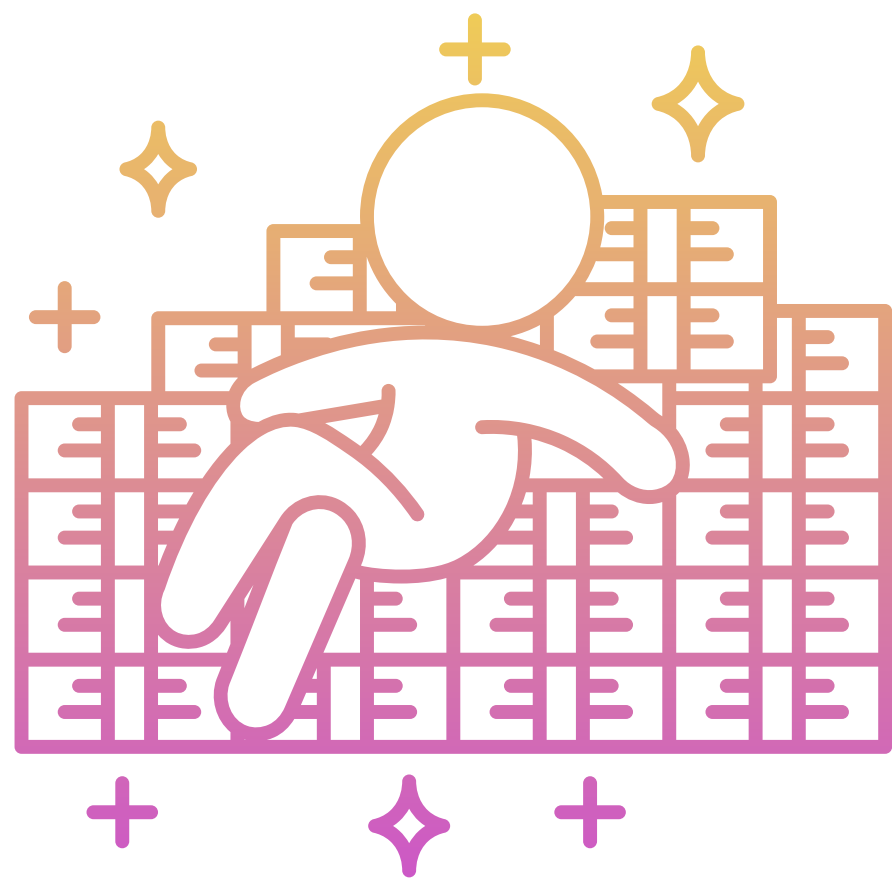


給料は増えず
経済的に厳しくなる



歳を重ねるごとに
勉強しなくなる

自分・患者すべてに対して悪循環



勉強・自己投資をしない
セラピスト



勉強熱心なセラピスト

こんな現実を変えたい



- 勉強して、経済的に豊かになるなら
勉強するセラピストが増えるかも！
- ➔ 質の良い施術がどこでも受けられる
 - ➔ 患者さんにとっても嬉しい

今日の目的

自分が明日、今週から始められる
100万円達成に向けた準備を
1つでいいから持ち帰ること

今日お伝えする内容の一部しか知らない
病院副業時代の私でも100万円を達成できました

本日の内容

- ① データで見る昨今の治療業界
- ② 100万円達成のための集客の基礎
- ③ 経営者になるためのゴール設定
- ④ 顧客に寄り添ったマーケティングとは
- ⑤ チラシ集客
- ⑥ SNS集客
- ⑦ リピート獲得の秘訣

経済弱者の医療従事者

一般サラリーマンとセラピストの
収入の差を知っていますか？

30代の平均年収

理学療法士：418万円

サラリーマン：444万円

柔道整復師：423万円

参照：厚生労働省令和2年賃金構造基本統計調査

生涯年収

理学療法士：1.77億円

サラリーマン：2.92億円

柔道整復師：1.59億円

一般的な平均と比べると1億円も差が出る

セラピストの給料は上がるのか

給料は診療報酬や介護報酬に依存

→ **国依存**で努力で変えられない

→ **国が引き下げたい**と考えてる

上がるイメージが湧きづらい

副業・開業を目指す人が多い

**終身雇用制度の衰退
政府の副業推奨**

**これらも追い風となり
副業や開業を目指す人が増加傾向にある**

新時代も追い風に



新時代 = SNSの復旧

- ✓ 無料でアピールできる機会ができた
- ✓ 有名じゃなくても思いに共感されると個人でもファンができる

知名度より「この人の考え素敵だな」と
共感重視で店舗を選ぶ時代になってきた。

一昔前までは

雑誌、TV、ネット広告など、資金を
使えば使うだけ人が来る時代だった

➔資金の少ない個人は、アピールできる
機械が少なく生き残りが難しかった

今の時代はファンを作れたら勝ち！

**YouTuber・インフルエンサーになれなくても
も、SNSはやるべき無料集客媒体になる！**

長期目標計画

※詳細は後ほど

自分で稼げると・・・

副業・開業の例

【副業ケース】

1ヶ月5人の施術（月2回）

単価：8000円

集客：知り合いやSNSで呼びかけ

➡年間96万円売上

➡30年継続で約3000万の売上

副業・開業の例

【開業ケース】

7人/日の施術で20日出勤

単価：10,000円

経費：広告費10万、テナント10万

その他HP、電気などで5万

➡1ヶ月の**売上140万円**、**経費25万円**

個人で働くときの最初の疑問
どうやって人を呼ぶんだらう？



ここが医療者は弱い

サラリーマンだと

✔️ 営業で仕事をとってくる

✔️ 電話でアポをとる

✔️ 集客について会議をする

➡️ いろいろな経験ができる

セラピストの場合(管理者以外)

患者は勝手にやってくる

➡集客の心配を普段しない

再診・リピートは勝手にする

➡リハ、治療期間が法律で決まってる

特に病院・クリニックなどの
セラピストは稼ぐための
集客、リピートに関して無知すぎる

自分で稼げない原因

開業の現実



個人店舗の5年生存率は2～3%

※チェーン店を含めると5%

副業・開業のキツカケはなんでもOK

- ✓ お金を稼ぎたい
- ✓ もっと自由に働きたい
- ✓ 自分の能力を試してみたい
- ✓ 地域に貢献したい
- ✓ 会社勤めが合わない

準備はしっかり！

雇われてる時と同じ思考で開業すると

100%失敗します

**経営に必要な思考を
身につけて挑戦しよう！**



100万円稼ぐための行動は大きく3つ

① **ゴール設定**

② **集客**

③ **リピート**

ゴール設定

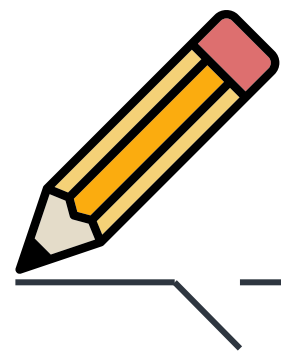


あなたのゴールはどこですか？

人によってビジネスのゴールは違う

いくら稼ぎたい？
休みや自由が欲しい？

ゴールを決めよう！



ゴールを決める

あなたは何のために、何のゴールや目的を達成するために
今日のセミナーに参加しましたか？

簡単にまとめてみてください

1分で簡潔に書いてみましょう！

ゴールに近づくため
知っておいて
欲しい言葉があります

コンフォートゾーン

直訳で「快適な領域」

その人がストレスや不安を感じずに過ごせる

心理的な安全領域のこと。

➡ 普段の慣れ親しんだ自分



ゾーンは他にもある



図引用 ()

ラーニングゾーン

チャレンジをして1歩踏み出した領域。

成長領域、学びの領域ともいう。



パニックゾーン

自分の力が通用せず、正常な判断ができなくなるほど**強いストレスを感じる領域**



成長 = ストレス

筋肉肥大には筋肉痛があるように。

水を与えないと甘味が増す果物のように。

人の成長にもある程度の負荷・ストレスが必要



でも人は変わりたくない生き物

人は**今を変えることにストレス**を感じる生き物。それは**現状が心地良く感じる**から。

※仕事を辞めたいのに辞められない人は、不満はあれど現状命の危険を感じない、慣れ親しんだ人がいる安全な空間だと感じてるからです。

今を変えたい、成長したいなら心地よい**コンフォートゾーン**を抜ける**1歩**を踏み出す
行動が必須になります

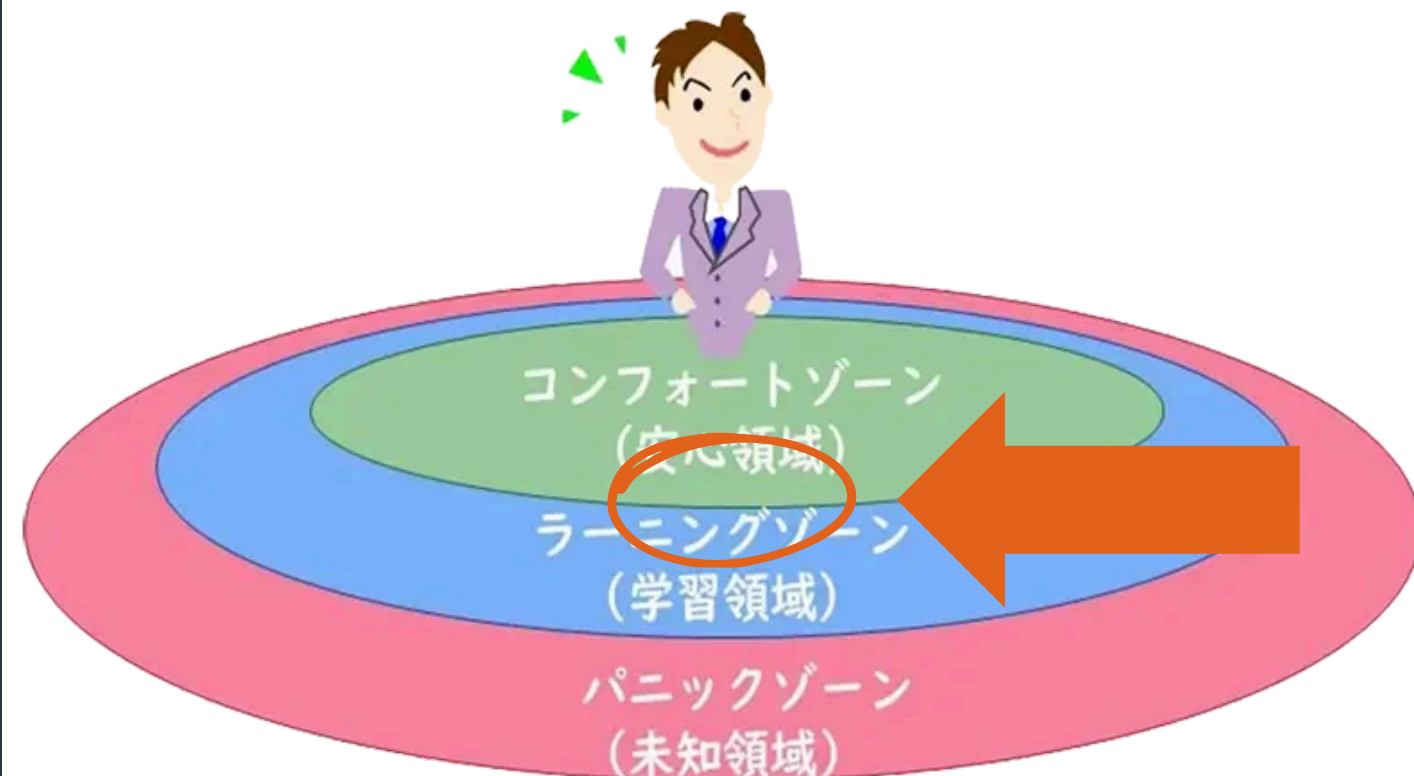
コンフォートゾーンを抜け出す 1 歩とは

- 知り合いがいない場所に行く
- 別の価値観を持つ人に触れる
- 新しいことに挑戦するなど

勘違いしないで！フィアーズゾーン

コンフォートゾーン→ラーニングゾーンに行く時、
不安や恐れを感じるフィアーズゾーンがあります。
ここは、**安心の領域に戻るために言い訳を探す領域。**

パニックゾーンは**何も考えられないフリーズ状態**なので
思考の猶予の有無が違います



言い訳せず行動した人が成長の
ラーニングゾーン行ける！

コンフォートゾーンを出て成長するために

目的、夢を達成するためには
コンフォートゾーンを抜け出す必要があります。

そのために必要なことは適切なアクションと
フィアーズゾーンから逃げないことです

※適切なアクションとはちょっと難しい、不安、めんどいと思う行動。
簡単と感じるなら、まだコンフォートゾーン内かもしれません



脱コンフォートゾーンのアクションは？

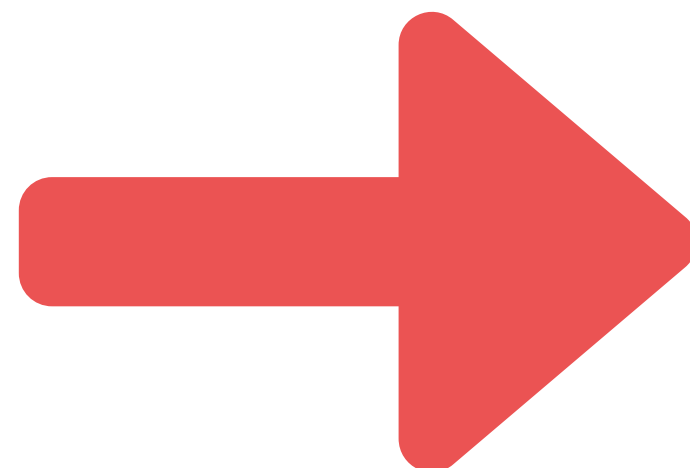
自分の目標達成、成長のためにどんなアクションが必要か
考えてみましょう。いくつ挙げてもOKです！

難しい人は、**新しい挑戦・単純だけど大量行動が
必要なこと**という視点で考えてみて下さい

例) 経営者に話を聞きに行く、高額セミナーに参加する
毎月経営本を3冊読む、毎週SNSで発信する、チラシ1000枚配るなど

決めたアクションのその先へ

START



いつまでに？
どのように？

GOAL!

今決めたアクション

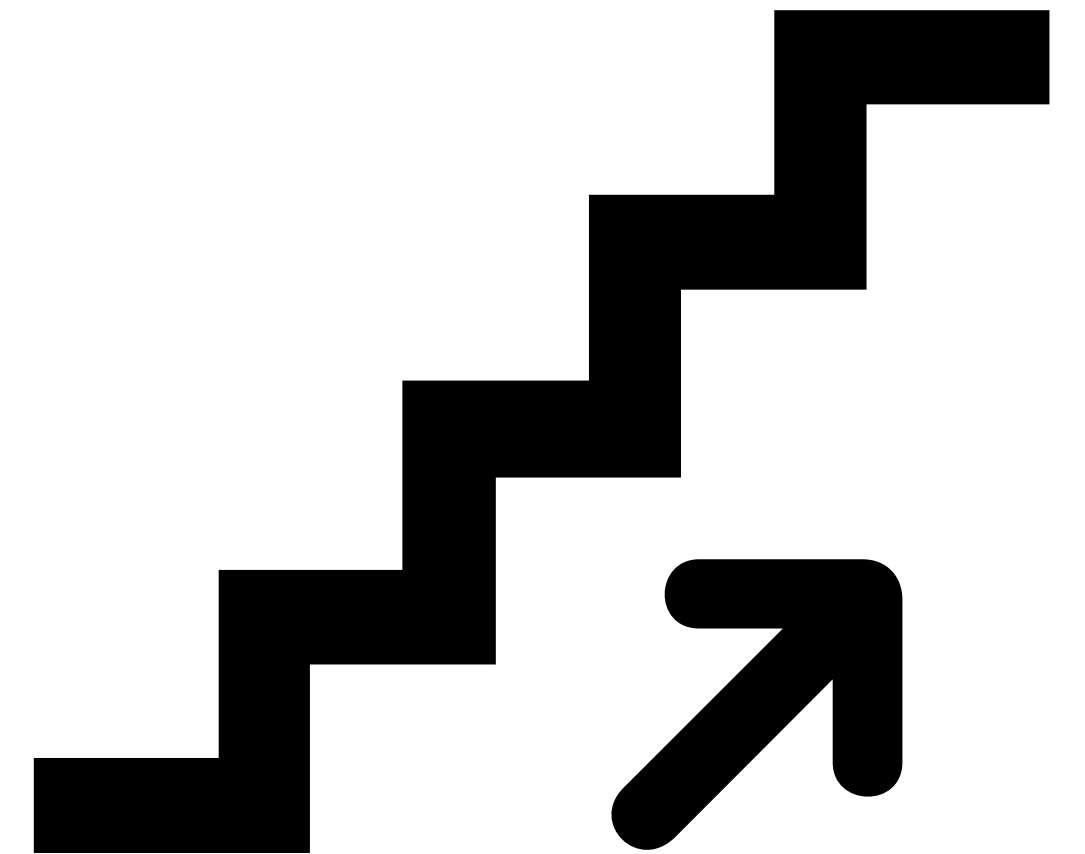
夢・目標

目標へstep-by-step

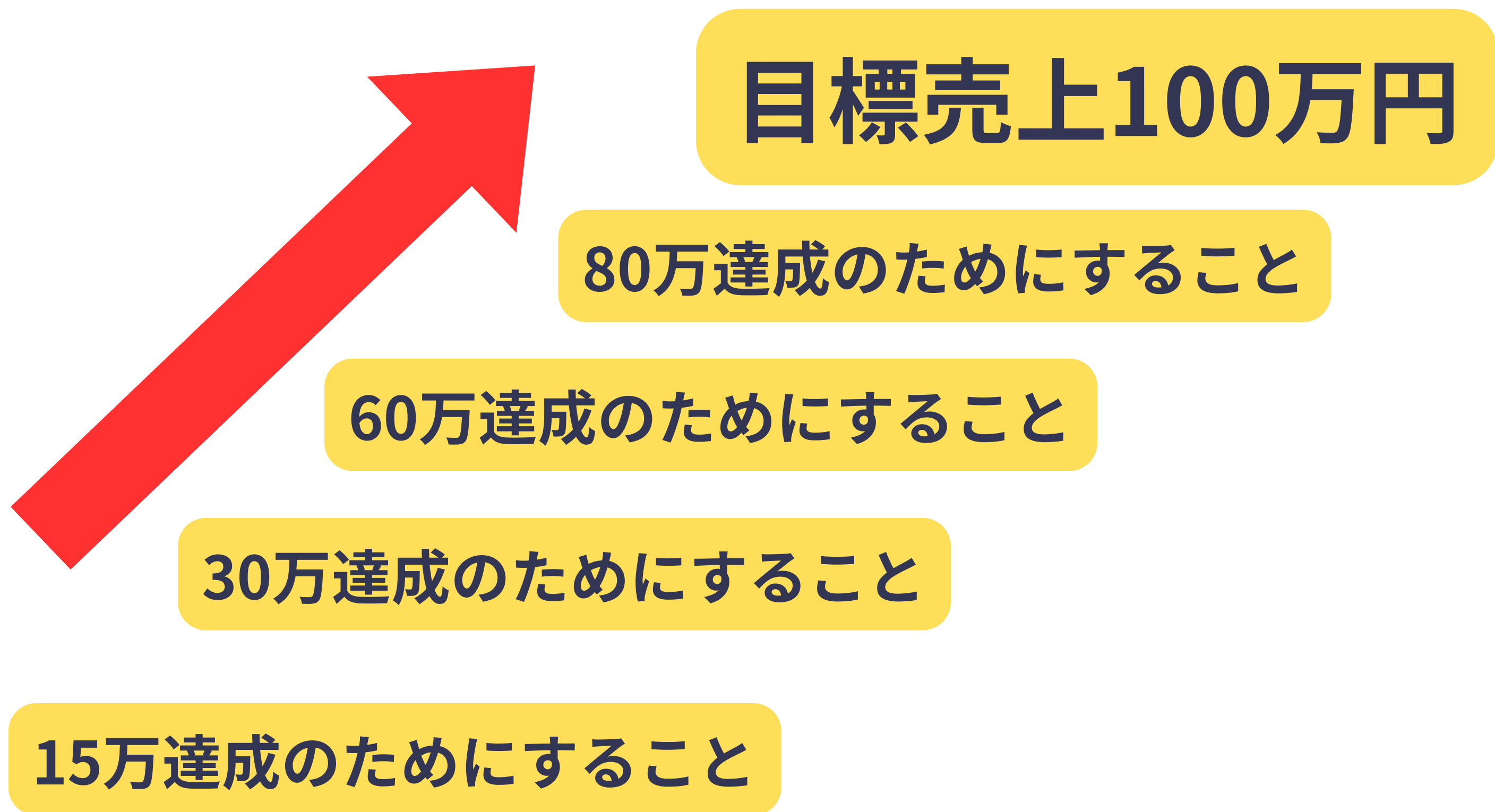
いきなり目標を叶えることは難しい

目標を叶えるための目標（**中期目標**）

目標を叶える目標を叶える目標（**短期目標**）
を考える



売上100万円達成したい



開業したい

目標：開業

モニターに施術を実践する

モニターを募集する

モニターになってくれそうな人を集める

集客について学ぶ

いつまでに、どのように具体的に決める

開業：半年後、店舗型の1人整体院

モニターに施術を実践する

5ヶ月後、最低5人に実践、レンタルスペースを借りる

モニターを募集する

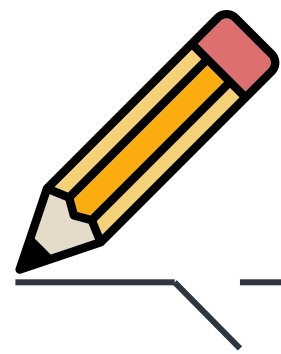
○月にチラシを〇〇市に1000枚配る・SNSで呼びかける&DM毎日10人

モニターになってくれそうな人を集める

3日後までにSNSで情報発信、その後毎日投稿で5ヶ月でフォロワー100人

集客について学ぶ

明日から〇〇という本を読む、○月にセミナーに参加する



長期目標達成フローを作成しよう

- ① 目標を達成する時期・内容を具体的ににする
- ② どんな順番で何をすればいいか逆算する
- ③ 行動内容や時期を具体的ににする

目標達成を確実にする7ステップ

- ① 目標を達成して**何を**得たいのか。
何故それを得たいのか言語化する
- ② 目標(理想)と現実との差を**分析**し、受け止める
- ③ 差を埋めるために行動し、言い訳をしない
- ④ 常に分析をする (**成功の理由**、**失敗の理由**)
- ⑤ 分析した結果、今後の**最善方法**を導き出す
- ⑥ **最善の方法**を実践する
- ⑦ **1～6**を常に意識して繰り返し行動する

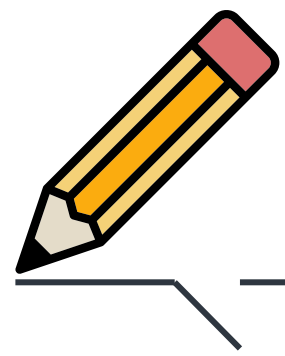
結果が出ない人の特徴

- ① 行動・目標・期限が抽象的
- ② フィアーズゾーンからコンフォートゾーンに戻る
(言い訳をして諦める)
- ③ 継続しない
- ④ 分析をしない

結果を出したいなら、上記に気をつけてくださいね！



集客



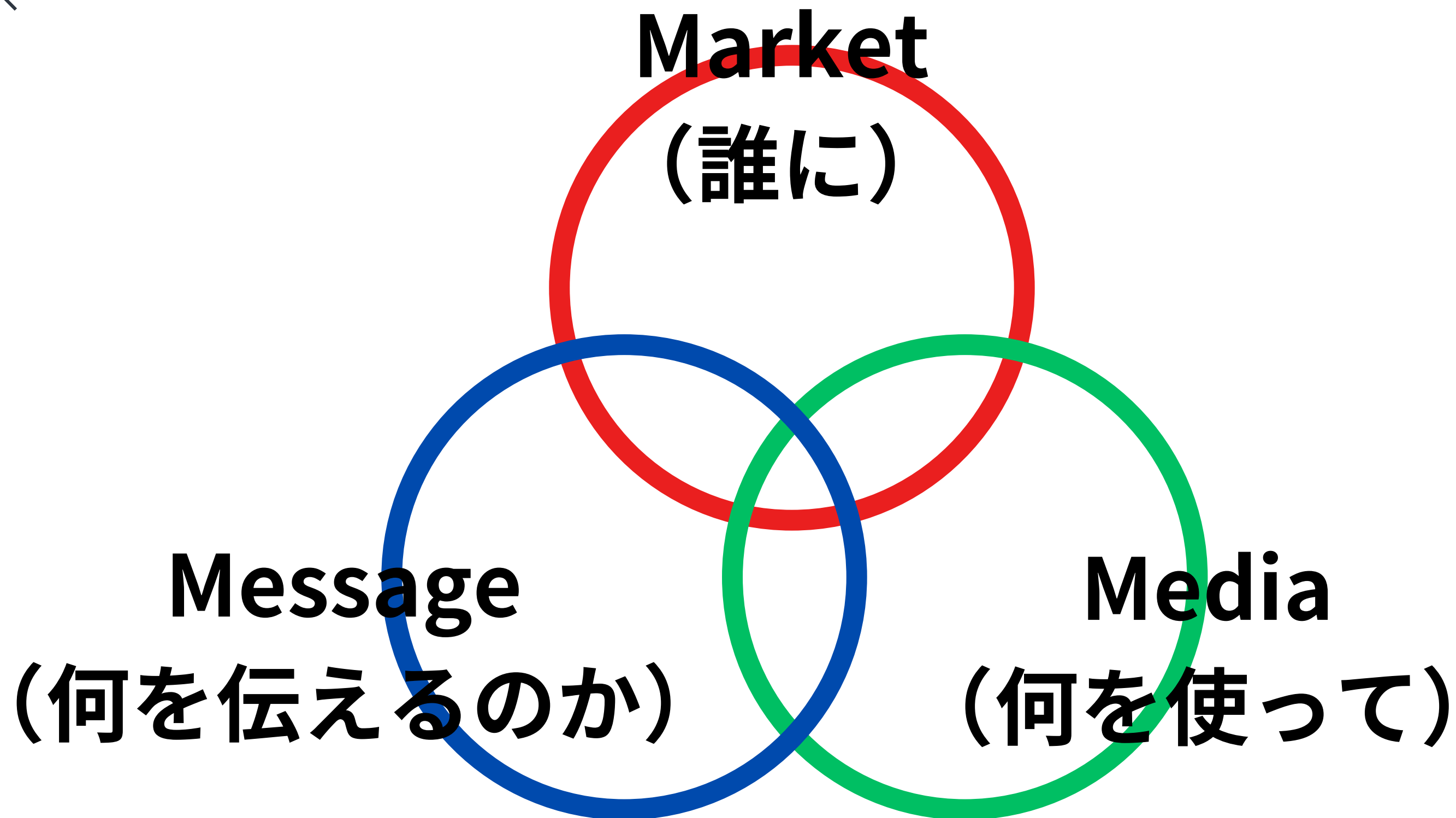
どのようにお店を選びますか？

- ① 食事処、アクセサリー、家具、家電など
あなたが**お店を探す方法は？**
- ② 複数の選択肢の中で**決め手**になるものは？

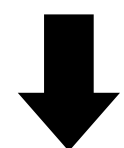
箇条書きで書き出してみよう！



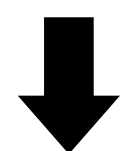
集客の基本知識～3M～



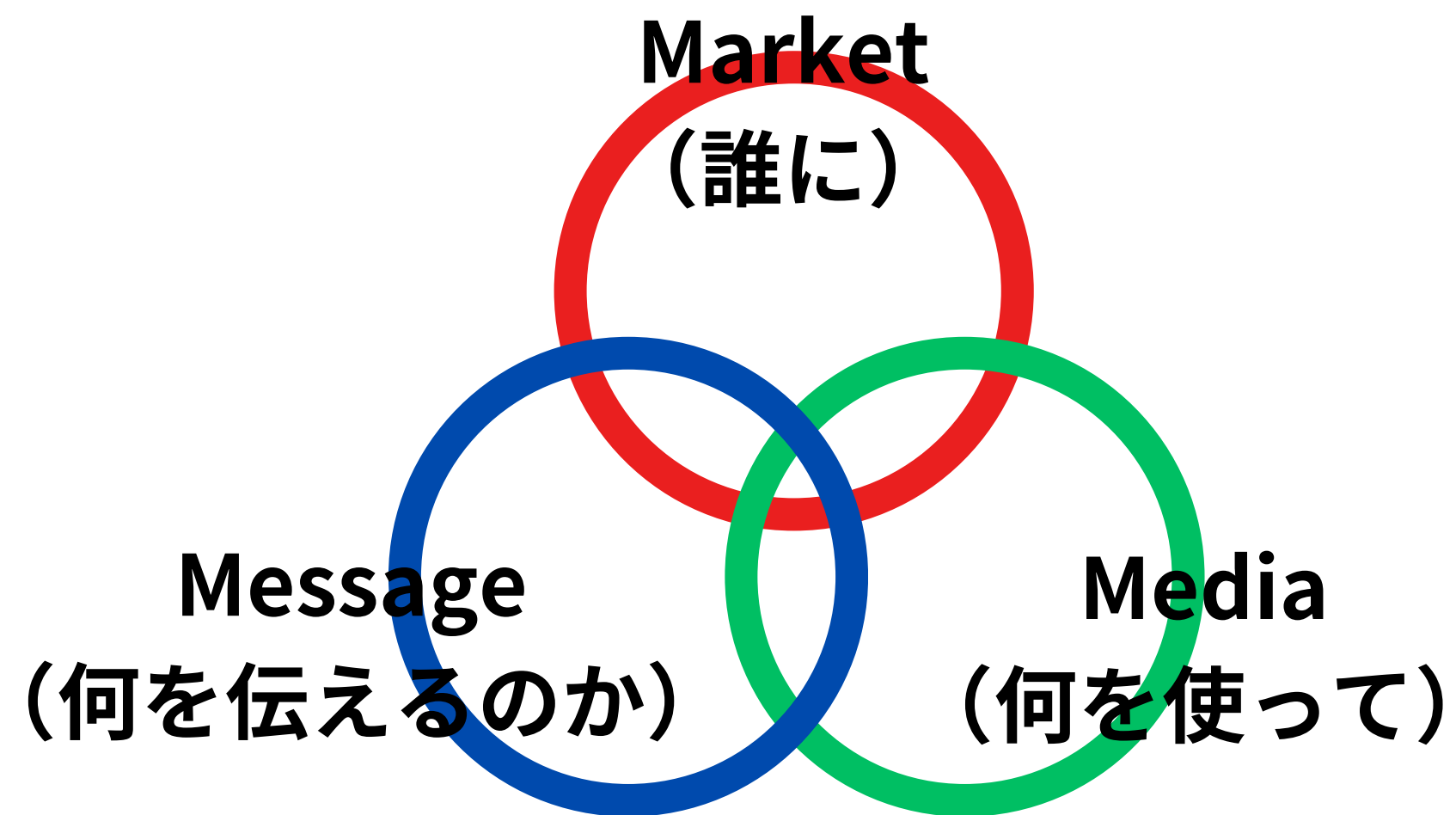
産後の腰痛整体院をやりたい！



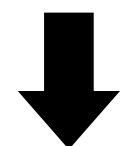
新聞折込チラシをやるう！



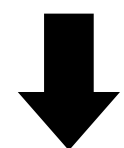
結果は？



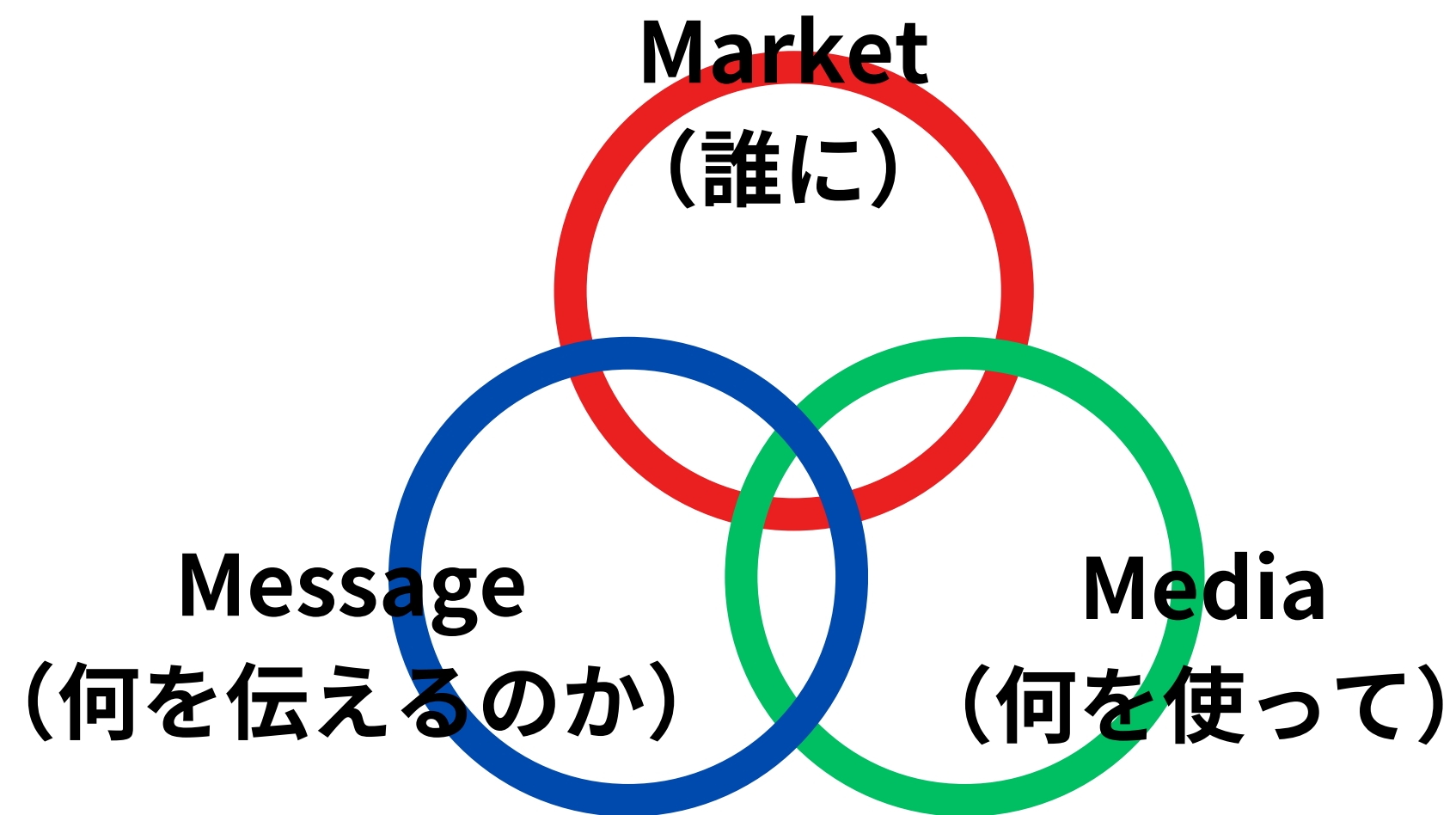
産後の腰痛整体院をやりたい！



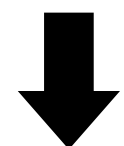
SNS広告



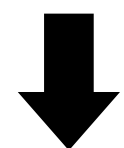
結果は？



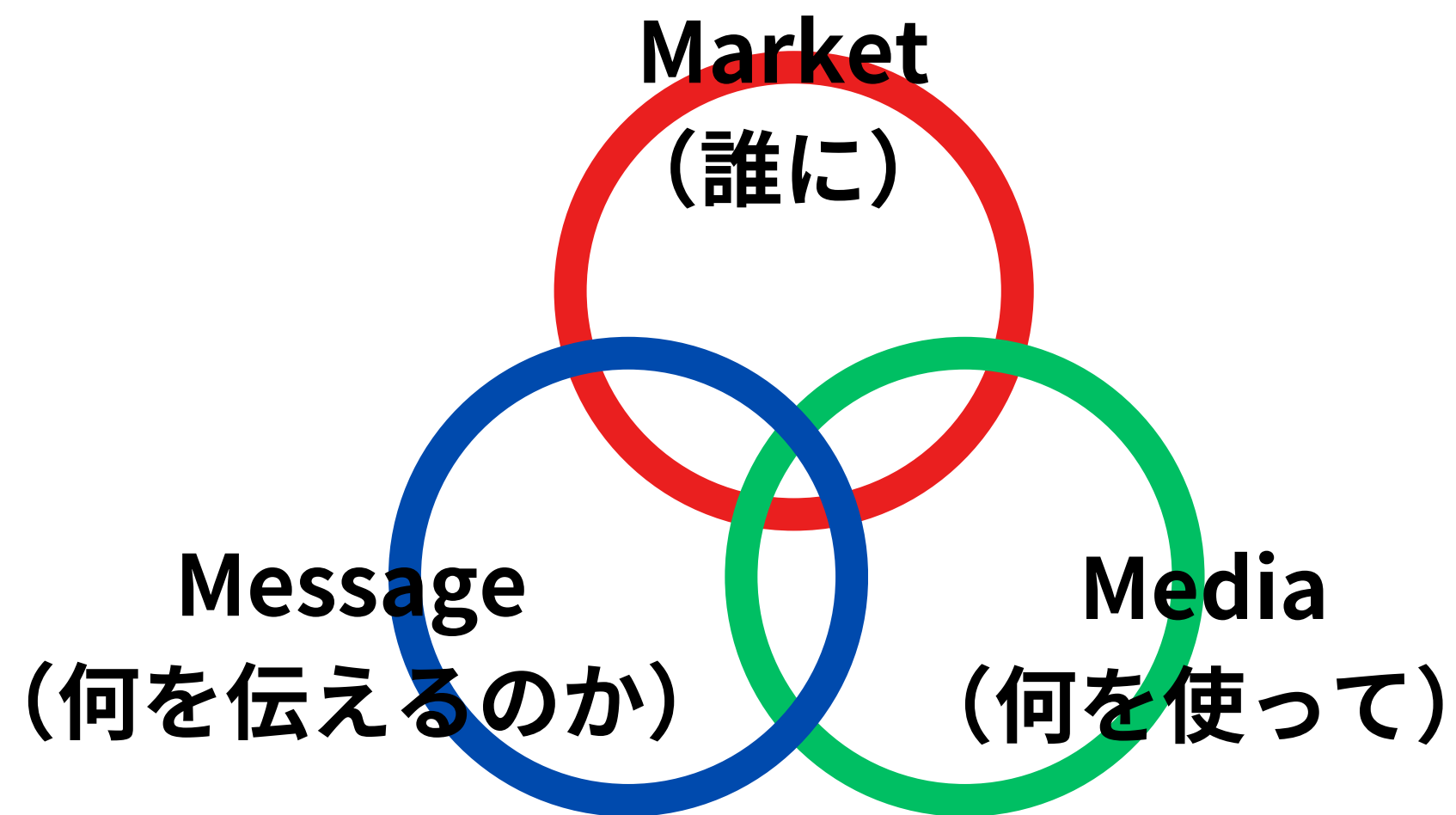
産後の腰痛整体院をやりたい！



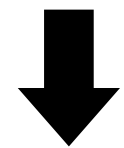
医師の推薦あり(歯科医)



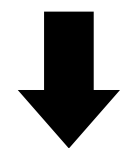
結果は？



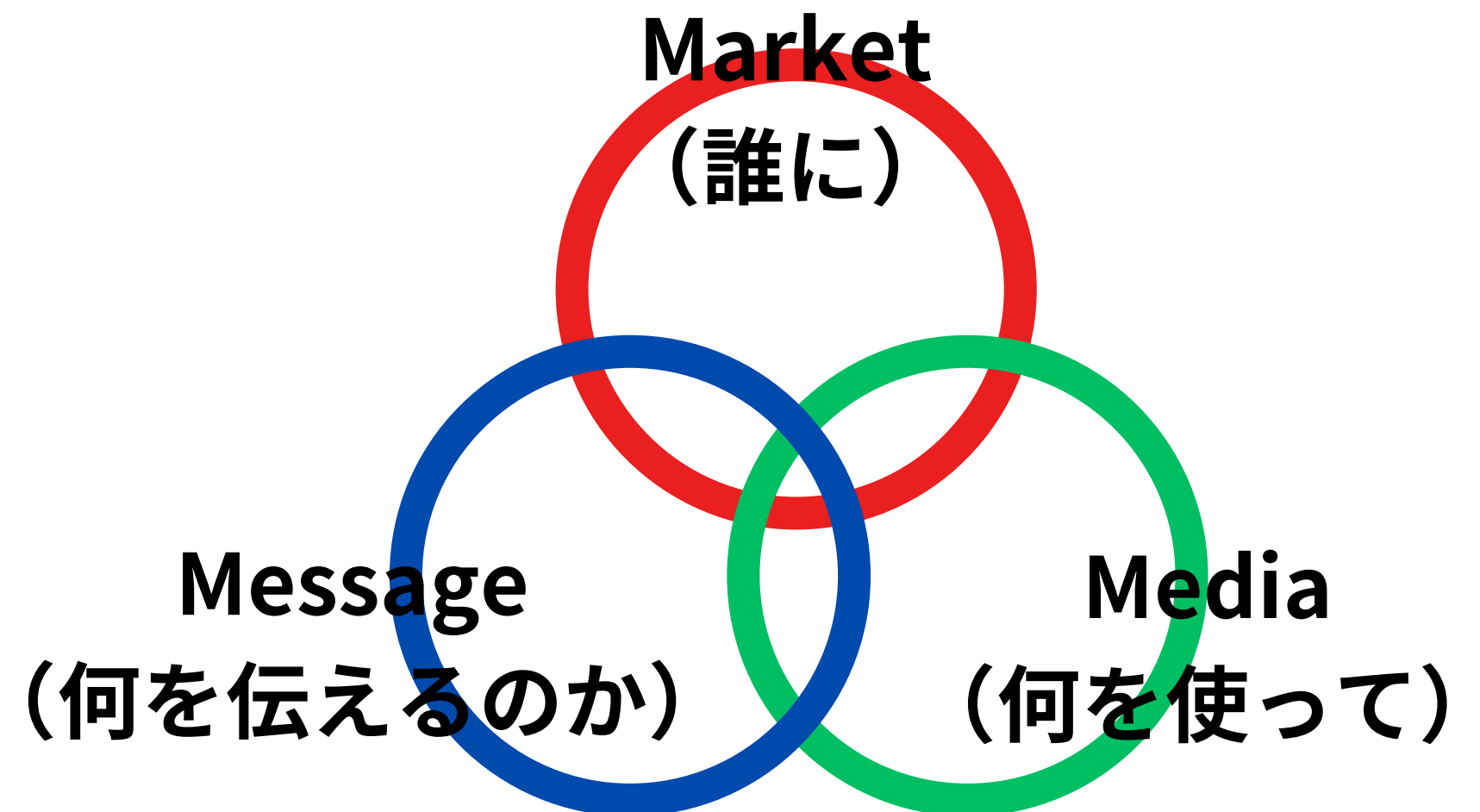
産後の腰痛整体院をやりたい！



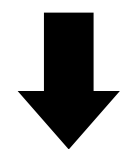
🐣 クラブに取材されました



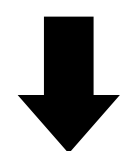
結果は？



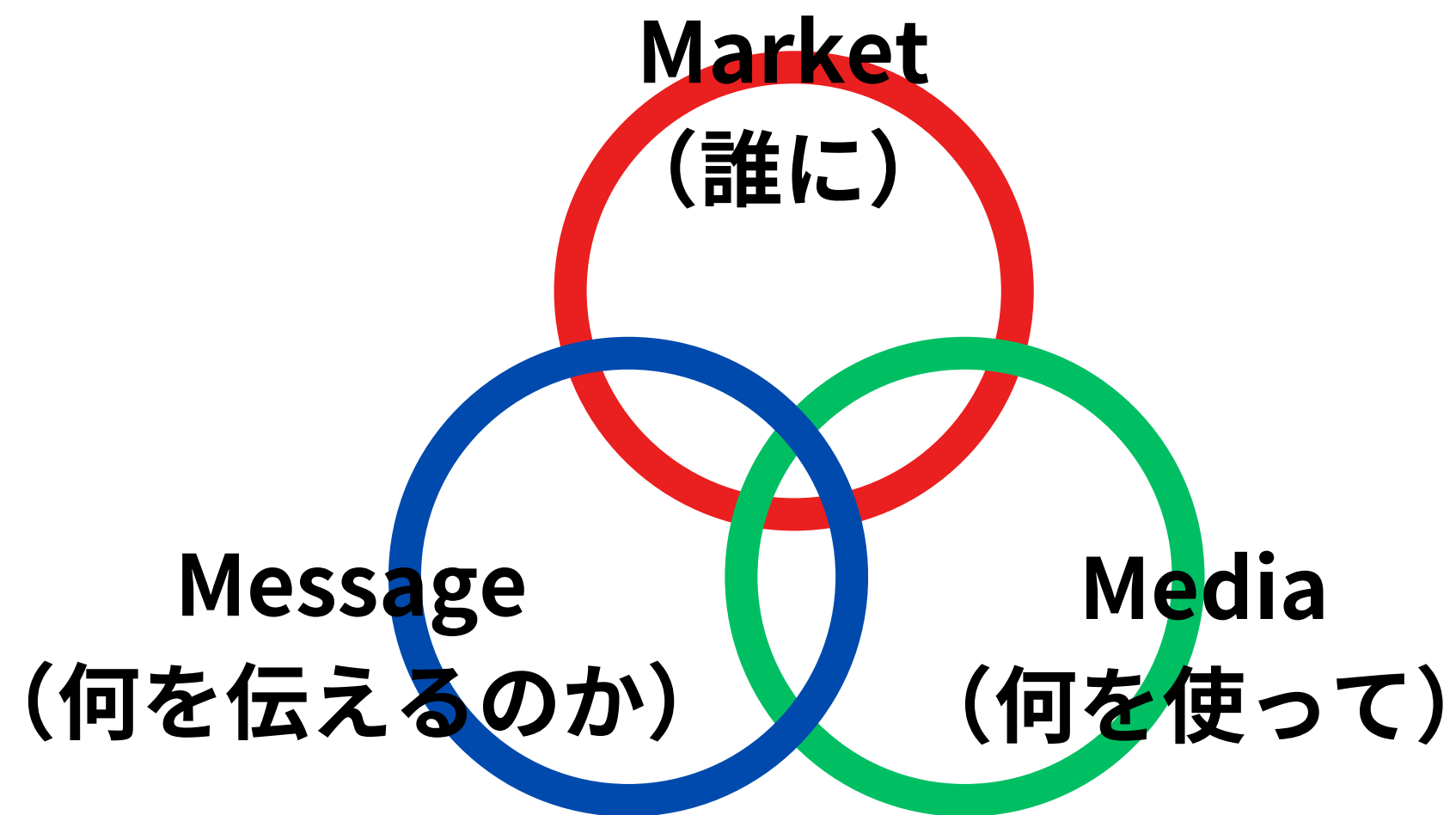
産後の腰痛整体院をやりたい！



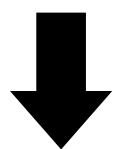
どこに行っても治らない腰痛専門



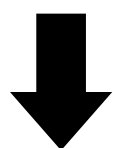
結果は？



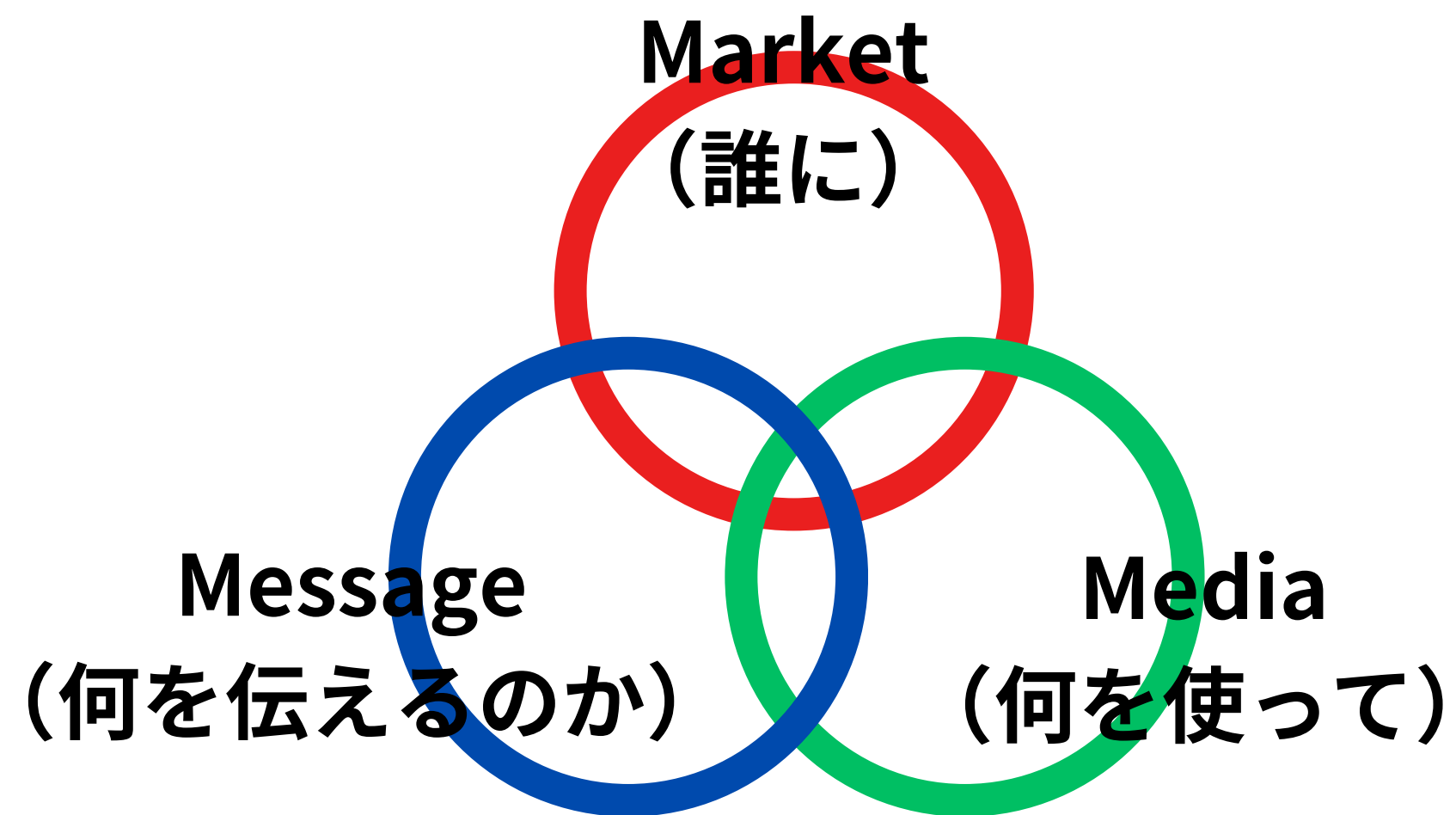
産後の腰痛整体院をやりたい！



新米ママも安心の託児所付き整体院



結果は？



どんな悩みを持ってるのがターゲットなのか？

ターゲットに届きやすい媒体は何か？

どんなメッセージを発信するのか

全てがマッチして初めて人が来る

サービスを0から作る 2つの考え方

売り手の想い・欲求で
作られているサービス、メッセージ

プロダクトアウト

顧客の興味関心・悩みに
寄り添って作られている内容
サービス、メッセージ、商品

マーケットイン

ビジネスの始まりは全て プロダクトアウト

でも . . .



人が来ない店舗の多くは
プロダクトアウトばかり注視して
顧客のことを考えてない

➡ワガママな経営

ブランド力（フォロワー数）があり、すでにファンが
いれば成功するかもしれない。
でも、開業初期はマーケットインを意識しよう！

マーケットインの取り入れ方

① ターゲットにヒヤリング

② 市場、競合調査

③ 予測



マーケットインの練習～2つのM～

- ① どんな悩みを抱えてる人がターゲットなのか(Market)
- ② ターゲットはどんな媒体をよく見るだろうか(Media)

例) 整形外科に通って注射を打っている、腰痛に悩む50代女性。あと数年、退職まで働いていきたいが半休をとって整形に通うのが現実的に厳しい。
仕事終わりでも通え、自宅で出来るセルフケアを教えてくれる場所を求めている。
情報は主に就寝前の23時前後、InstagramやYouTubeを見る。新聞はとっておらず
地域イベントには参加している。

理想の患者様がすでに来店してる人は、その人を想像してみよう。
まだこれからの人は、予想で考える。今は想像だが、理想はヒアリングで具体的にしていくこと

Message ≡ コンセプト

治療院のコンセプトとは

その院が**治療の方向性**
大事にしている考えなどを短くまとめたもの

- コンセプトがありきたり
- 難しい、長い、伝わり辛い

目に映っても人は来ない

良いコンセプトとは

- 分かりやすい、イメージしやすい
 - インパクトがある
- ニッチな市場を攻めてる（狭い市場）

コンセプト例

- ・ **女性による女性のための整体院**
- ・ **3回で卒業、通わせない整体**
- ・ **自分でケアできるようになる整体**

コンセプトを作る準備

①あなたは誰？

何ができるのか、価値観、考えなど

②競合と何が違う？

競合と何が違うのか

競合を選ばず自分を選ぶべき理由は？

今後の課題：コンセプト設計

- ① コンセプトは何か（短くまとめる）
- ② コンセプトの補足説明（40文字以内）

自分と競合を深く知った後に
取り組んでみてください



成功しやすい事業モデル

- 需要が多い
- ライバルが少ない
(市場が狭い：腰痛 > 腰痛 + 痺れ)
- ライバルが真似しにくい
- 利益率が高い
(売上が高く、経費が少ない)
- 時代に合わせた事業

事業を成功させる7ステップ

- ①プロダクトアウト：自分の思い、強みを確認
- ②マーケットイン：顧客のニーズ、欲求をリサーチ
- ③競合リサーチ・エリアの決定
- ④競合との差別化ポイント、コンセプト設計
- ⑤サービス・商品作り
- ⑥届け方、発信方法を決定
- ⑦長期目標達成フローの作成と振り返り

どんな悩みを持つ人に
あなたのことを(コンセプト)
知って欲しいのか決まったら次の悩みは
どうやって届けるのか？



初心者向けの届け方、発信方法

チラシ・SNS
(ホームページ)

チラシ

比較的安価で始められ、店舗から
近い人に意図的に配布することで
近いからという理由でも選ばれる可能性がある

※HPがなくても出来る集客ですが、あった方がもちろんいいです。
HPを使用しない場合は無料のLINE、SNSなどに繋げましょう

チラシ集客

いつチラシを完成させるのか
何枚、どうやって配るのか
自分で配るなら、いつ・何枚やるのか
というのも予め決めておきましょう！

チラシの作り方



とにかく早く開始したい人は
Canvaがオススメ！

チラシ 整体で調べると
テンプレートがたくさん！

時間がある人はオリジナルを

自分の写真、治療風景など

素材は先生自身が写ってるものを用意する

構成も実際に反応が取れた実績のある

チラシを参考にするのが良い

チラシ作成に必要なもの

- ① ヘッドライン
- ② ブレット
- ③ オファー
- ④ 問い合わせ先
- ⑤ プロフィール・写真
- ⑥ 自己紹介・想い
- ⑦ お客様の声
- ⑧ 推薦文・メディア
- ⑨ 治療の流れ
- ⑩ 地図

※HPのQRコード、LINE @もあれば添付する

用語解説

ヘッドライン:見出し、メイン項目

サブヘッド:小見出し、ヘッドラインの補足

ブレット:メリット、条件などの箇条書き

オファー:反応を得るための施策

プレゼント、割引などの特典

チラシ作りのコツ

ブロックごとに考えて
パズルをするように、組み立てていく！

こんなお悩みありませんか？

サブヘッド

ブレット

頭痛 腰痛 肩こり

痛みの原因を
根本改善

原因を知り、健康な身体へ整える。

ヘッドライン

写真・流れ等

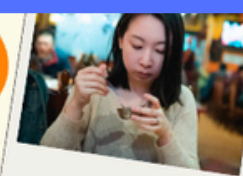


想い・自己紹介

不調を抱える方々を当店だけの特別な施術とこのメソッドで癒やしたい。

不調を感じる女性には数多くの共通点がありました。当店では身体の外、中はもちろん、心の有り様からお伝えし、ラクで痛みの無い日々を過ごしていただくための施術をおこなっています。

お客様の声



事務職 40代 A様

これまでどんな事をしてもし治らなかった頭痛が60分の施術で大幅に改善しました。ヒーリングも丁寧で、明るく清潔感のある空間、とっても満足です！
また予約したいと思います。

お客様の声

オファー

初回限定プラン

通常価格 ~~30,000円~~ **20,000円**

J Spa & Massage TEL 01-2345-6789

〒1

営業時間 10:00~18:00 月曜定休

問い合わせ先・地図

チラシ集客を最大化させる

- **複数の症状でテストする**

 - ➔腰痛、肩こり、頭痛など

 - ※なんでもできるチラシは好ましくない

- **反応の良い症状チラシの構成をテストする**

 - ➔腰痛が反応が良いなら、来た人たちの悩み、

 - 手に入れた未来、選んだ理由などをもとに

 - 構成をブラッシュアップしてみる（マーケットイン）

作り終わった後どうするか

- ①ポスティング（自分で配る）
- ②折込をする（新聞屋さんを外注）
- ③駅前などで配る
- ④どこかに置かせてもらう

チラシの反応目安は？ (反応率 = 問い合わせ件数 ÷ 配った数 × 100)

0.01% : 合格の最低ライン

10000枚で1人くる計算

0.01~0.1% : 良い

1000枚で1人くる

0.1以上 : めちゃくちゃ良い

どこで印刷する？

コンビニでもOK

プリントパックなどの**専門会社**の方が
安く印刷できるケースも！

サイズはA4が基本ですが、ポスティングなら
A3でもOK。テストしてみてください

SNSの普及

例) YouTube利用率



10代 : 94.3%
20代 : 97.2%
30代 : 97.1%
60代 : 66.3%
平均 : 87.8%

例) Instagram利用率



10代 : 71.2%
20代 : 78.8%
30代 : 68.0%
60代 : 22.6%
平均 : 56.1%

参照 : 令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書

SNS投稿をする3つの狙い

- ① 来店体験
- ② ファン化
- ③ リスト獲得

店選びにSNSが活用される

職業に関わらず、店舗選びにはSNSが使われる

- どんなメニューがあるか
- どんな雰囲気のお店か
- どんな人がやってるのかチェックされる

SNS = 来店体験ができる場

ファン化

チェーン店に個人店が広告費で集客数を上回る見込みは少ない。

しかしファンは別。ファンは店舗の知名度ではなく、あなただからという理由で来店する。大手がいる中で生き残るためには、**あなたに見てほしいと言ってくれるファン**をどれだけ多く作れるか。

ファンになってもらうために

- 接触頻度が増えると好感を持ちやすくなる

➡ **ザイオンス効果**

- 人の内面を知れば知るほど好感度が上がる

➡ **熟知性の原則**

先生の想い・知識を発信する頻度が多いほど
ファンになりやすいということ

リストの獲得

キャンペーンの告知などをしてしても、興味がない人に届く可能性がある。その場合でも費用はかかってしまう。でもあなたに興味がある人をフォロワーという形で獲得することで、**お金をかけず、自分に興味がある人だけに効率よく告知ができる。**

リストの獲得にはお金がかかる

LINE登録画面1クリック：150円とする

1000人にキャンペーンなどの告知をするために最低15万円必要。実際は全員が登録しないため約3倍、**50万円**は必要かも。

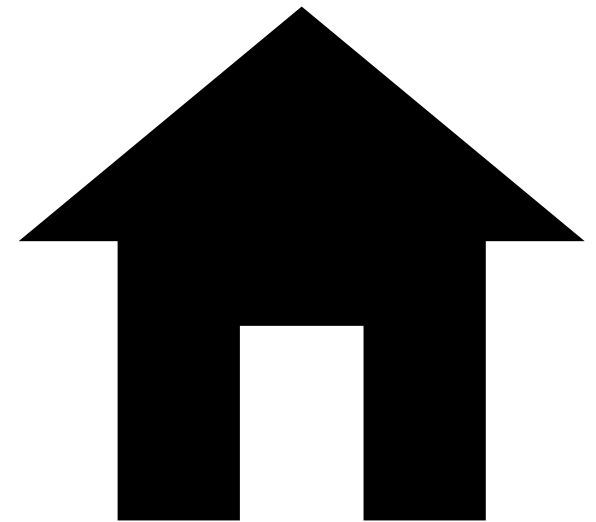
SNSなら無料で集められる

- これから開業したい
- 資金を少しでも抑えた集客をしたい
- 大手に負けず、長く経営したい

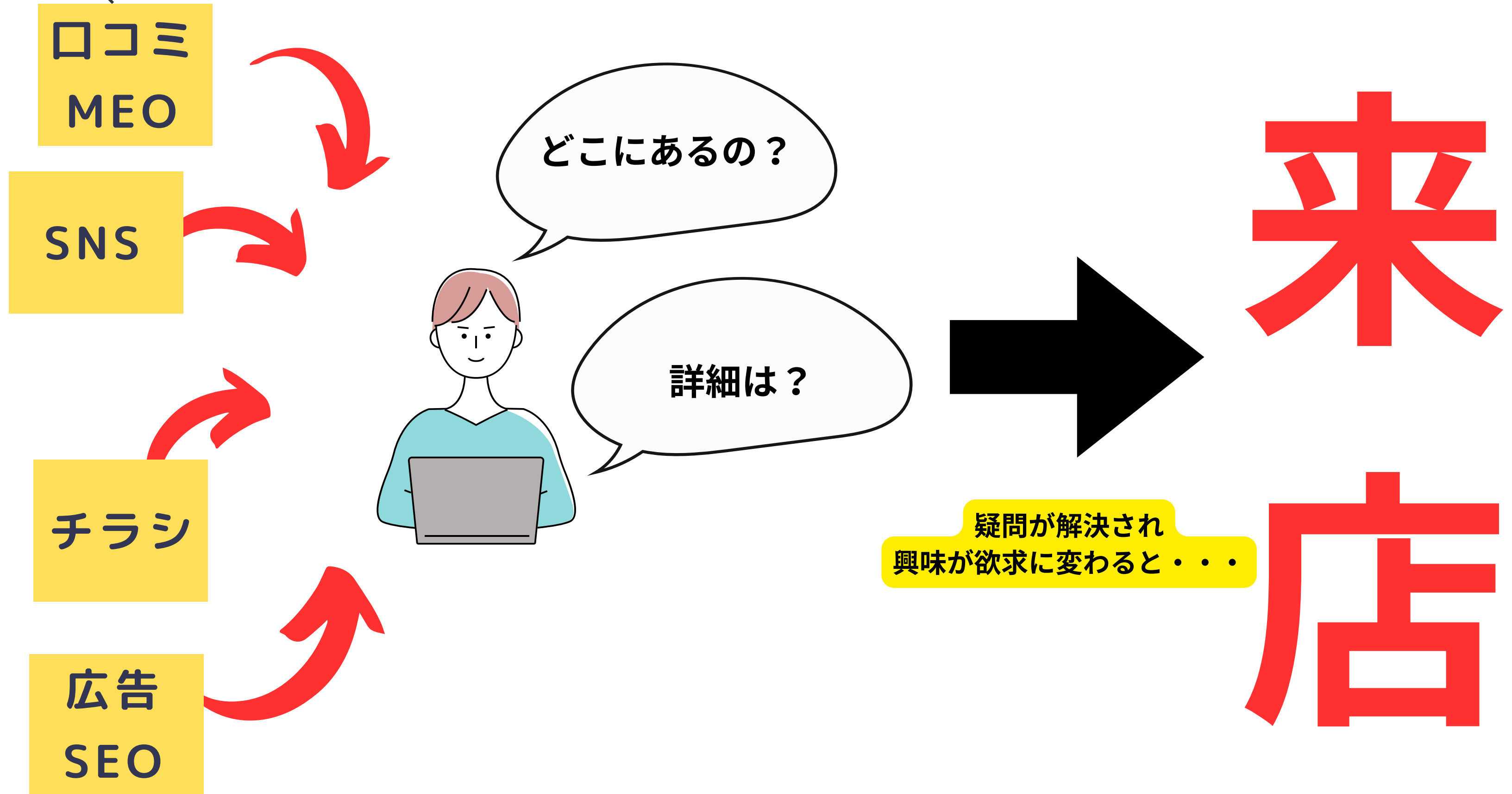
 SNSは必須

HP

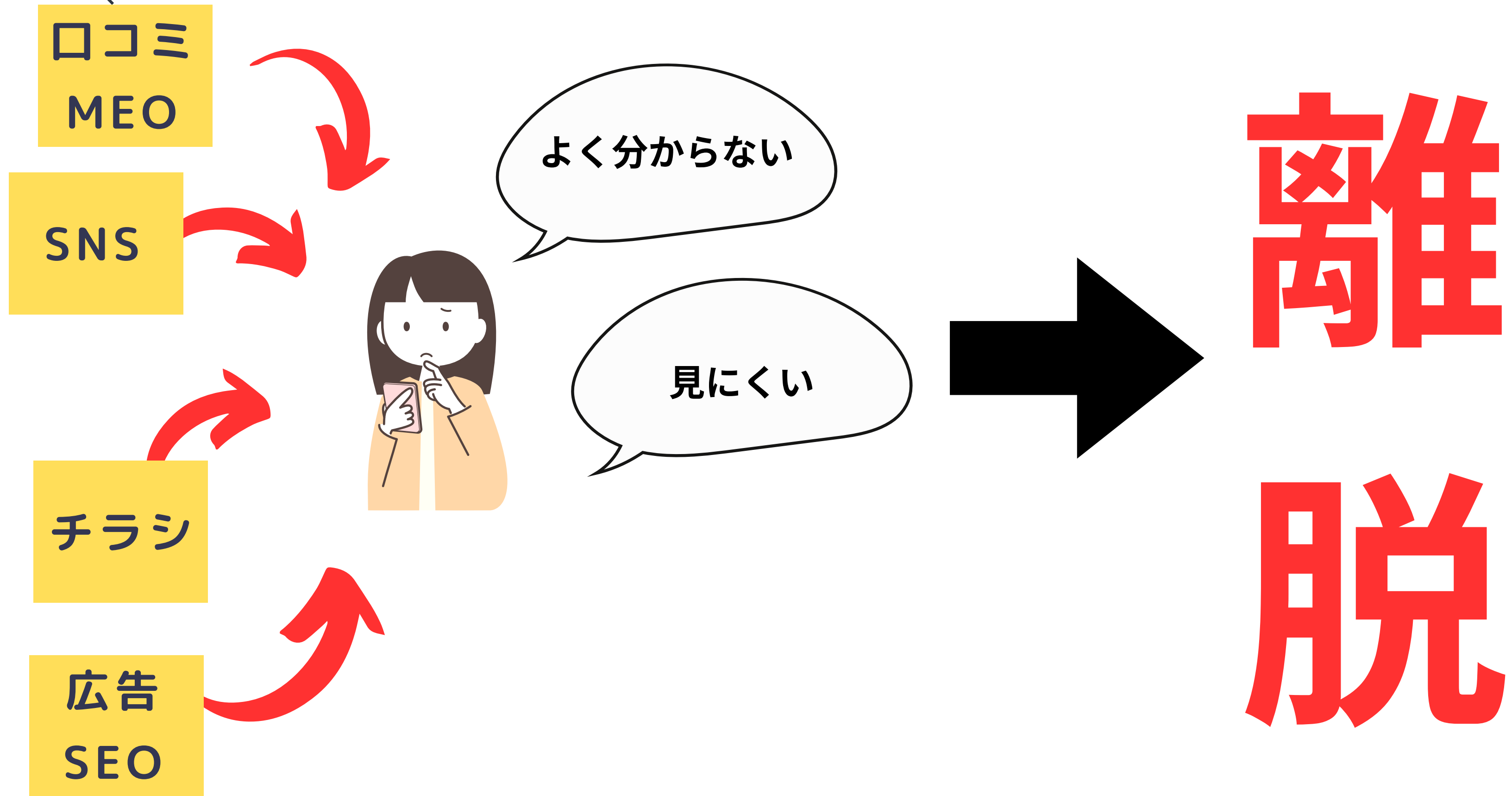
チラシやSNSより作成が
大変だが経営には必須



HPを持つ目的は？



HPの質が悪いと人は来ないかも



HP作成に必要なこと

- ①患者視点＝マーケットイン
- ②見やすさ
- ③興味を抱かせ、行動を促す表現

マーケットイン

なに情報があれば興味を持つか？

どんな情報があれば来たいと思うか？

HPで知りたいことはなんだろう？

人が来ないHPの多くは、先生の治療方針や技術などを多く語っている。⇒患者の知識だとよく分からない。

患者が知りたい情報とは？

私に合ってるのか？

本当に治るのか？

(他との違いは？) ➡重症患者

この問いに答えるHPを作らないといけない。

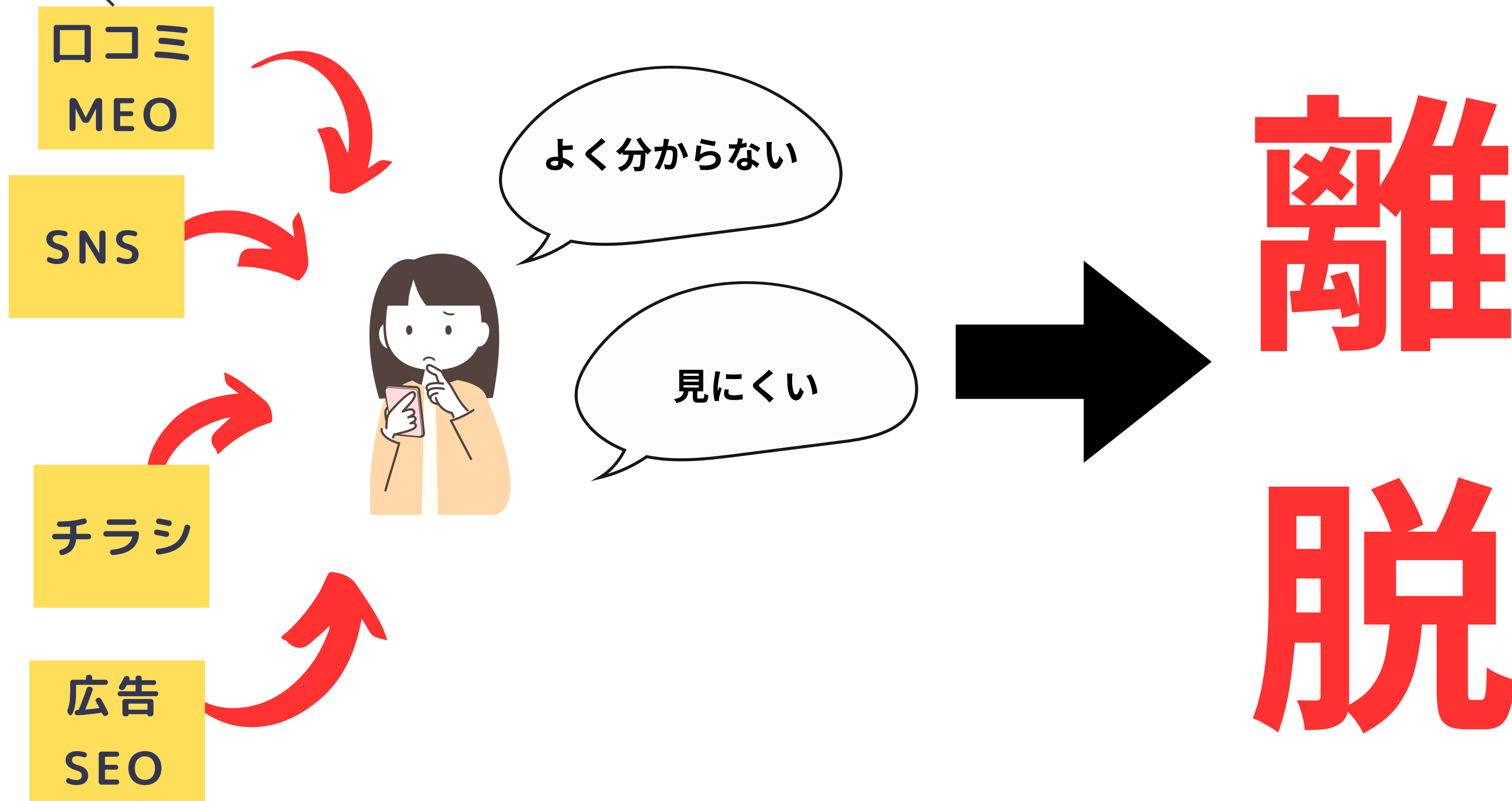
問いを見つける方法の理想はヒアリング

解答方法と見やすさ

文字だけにしない

イラスト・写真・動画を使う

イラストの例



伝えられる情報量の差

文章を1としたとき

写真→7倍

動画→5000倍

と言われています



写真・イラスト・動画を使って表現

私に合ってるの？

➡似た悩みの人(2ショット写真)の声

効果があるの？

➡B&A、推薦文、エビデンス

興味を抱かせる方法

どんな情報があれば興味を持つか？

➔ すごい人がやってる（**権威性訴求**）

限定キャンペーンがある（**今すぐ訴求**）

改善する根拠、実績（**データ訴求**）

破格の値段(価格訴求)

駅から徒歩圏内、駐車場有(利便性訴求)

専門店であること（**専門訴求**）

集客できるHP作りのコツ

HPをたくさん見る

自分が見やすいと思った
表現、構成、イラストを真似する。

興味がそそられないHPを反面教師にする

HPの作成の流れ

チラシとほぼ同じ。項目ごとに作成し並べていく

①ヘッドライン

②ブレット

③証拠・実績

④お客様の声

⑤オファー

⑥推薦文など

⑦コンセプト・他院との違い

⑧当日の流れ

⑨オファー

⑩地図・アクセス・駐車場

休息

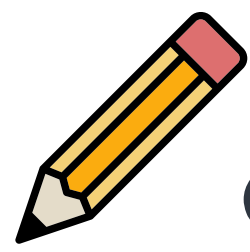
リピート

A photograph of four people (two women and two men) standing on a grassy hill, hugging each other from behind. They are silhouetted against a bright, hazy sunset sky. The scene is warm and emotional, with the sun low on the horizon creating a lens flare effect. The people are wearing casual summer clothing like t-shirts and shorts. The overall mood is one of joy and companionship.

人を集めたその先

リピートしてもらい
何度か来てもらわないと

- 根本改善できない
- 経営も成り立たない



どんな時にリピートを決めますか？

**あなたがリピートしたことがある
お店を思い出して、リピートした
理由を箇条書きにしてみよう！**



逆に2度といかないと決めた時は？

接客態度・サービスの質・清潔感

一般価格より高すぎる

売りたい、利益欲しいが伝わりすぎる



リピートを獲得する前提

- ✓接客態度・サービスの質が良い
- ✓院内の細かい所まで綺麗
- ✓結果と価格が釣り合ってること
- ✓売り込まないこと

リピート率が高い先生の共通項

売り込まずにリピートを獲得する

売らずに何をしてるのか

患者自身の意思で選んでもらえる道を作る



減点方式

ウォンツアツプ



患者様の減点方式

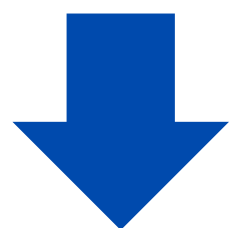
人は自分の中の基準点があり
そこを下回ったならリピートしない
加点されることはほぼない。

患者様にとって相当以上の衝撃があれば加点される可能性が残っている。

通う



通わない



最初の点数



電話対応後



初対面



問診後



施術中



施術後

初心者がやりがちなミス

自分がすごい感を出す
他がダメだと魅せる

リピート獲得の次のステップに他店との違い・差別化ポイントの説明があります。
しかしまず最初に、減点される項目を作らない。という事の方が大切です

よくある減点項目

- 接客態度、言葉遣いが悪い
- 汚い（院内、先生の見たい目）
- サービスの質
- （価格） ➡ 質と釣り合っていればOK



人の購買心理

人は先生のサービス・技術を
買うことはない

患者様は**未来の価値**を 買っている

今後経営するとき
絶対に忘れないで



人はサービスではなく未来を買う

どんなに高価な最新機器を導入していても
先生の持つ資格が超すごいものでも
先生の経歴が信頼に足るベテランでも
良い未来が想像できなければ2度と来ない

逆を言えば、経験年数が短くても技術が未熟でも
良い未来を想像させることができればリピートする

良い未来の想像が苦手

人は未来、価値を感じるのが苦手な生き物。

メリットが多いと知っていても
運動は週3回しない、お酒飲む、添加物を摂る

知ってる ≠ 行動



行動と感動

**人が行動するには感動が必要。
価値を理解すれば行動するわけではない。**

**コンセプト、メリット、他店との違いを
力説し、理解してもらってもリピートしない理由**

治療院に必要な感動とは

未来が変わるかも
と感じてもらおうこと



残念治療院の間違い

痛みの原因、きっかけ
今後の危険性はイメージさせるのに、
明るい未来のイメージはさせない

気持ちが明るくならないと
高額なリピートなんて気持ちが向かない

変わるかもと思わせる2つの変化

①体感覚

②想像

評価→施術→変化の実感

リピート率90%以上の先生の共通項

- ・最低3回は実感してもらおう
- ・先生と患者、2人で変化を共有する

- ① 本本当に欲しい未来は何か
- ② そのための道筋

本当に欲しい未来、 そのための道筋を
イメージさせることをまとめて
ウォンツアツプという

患者は自分が欲しい本当の未来に気付いてない
痛み・コリをなくすことがゴールではなく
痛みがなくなったら何をしたいのか
どんな感情から解放されたいのか気づかせてあげる

ウォンツアアップをもっと詳しく

相手の望み・希望・夢 (want) を
ステップアップさせ、潜在ニーズ
を引き出すこと

※潜在ニーズ：顧客が自身で気づいていない、無意識のニーズ

なんで痛みを無くしたいのかな

コリが無くなったら何ができるようになるかな？

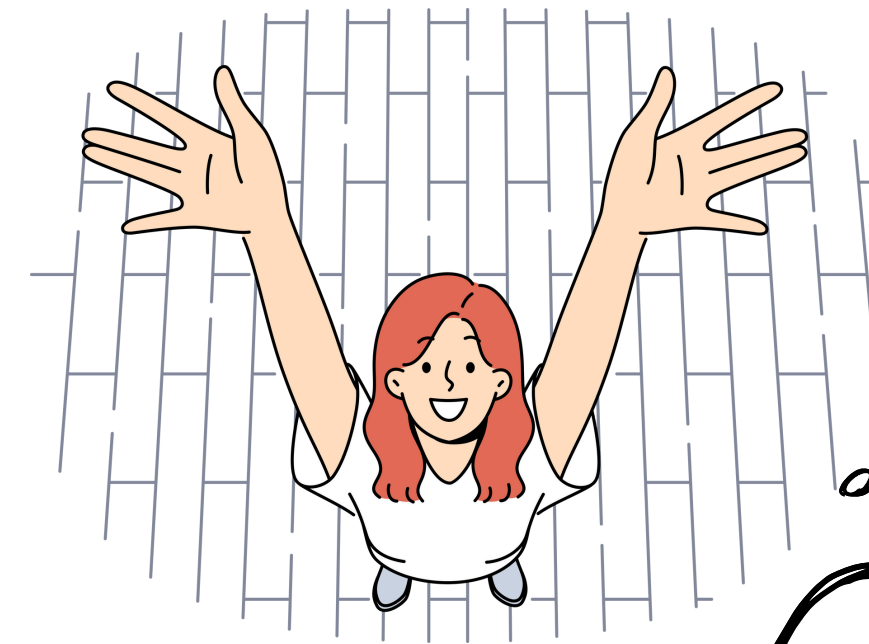
痛みがない体で私は何がしたいの？

先生の適切な声掛け

家族の負担になって疎外感を感じたくない

仕事を辞めさせられる恐怖から解放されたい

人は自分の本心に気づき、それを叶える手段がある時無性にその手段が欲しくなる生き物。



適切な声掛けとは

- 痛みが消えたら何をしたいですか
- なぜそれをやりたいのですか
なぜそうなりたいのですか
- 実現できたらどんな気持ちを得られると思いますか

相手の答えに対して「なぜ」などを使って深掘りしていく

人がリピートする条件

明るい未来・結果を手に入れられる
イメージ、実感を持てた時



下手な小細工を覚えるより、いかに明るいイメージで
終わりにできるか。これだけを考えて方がリピート率が格段に上がる

ここに技が合わさるとさらに良い

治療技術でカラダを感動させる
購買心理学を使って心を感動させる

→リピートの絶対法則

その場でダメでも再受診を促す方法

- サンキューレター
- LINEのステップ配信、定期配信
- SNS発信

初診後も接触できる媒体を必ず用意し誘導しよう

目標リピート率

リピート率10%の法則

お客様が10人いたら促しが下手でも
1人はリピートする
可能性があると言われている

リピート率10%じゃ食っていけない

常連さんがつくまでは初回無料
初回限定価格などで人を集める先生が
多くなると思います。

➡2回目以降来てくれないと基本赤字

リピート率40~60%

中堅レベル

**接骨院、整骨院などの平均
リピート率は50%と言われる**



参照<https://j-net21.smrj.go.jp/startup/research/service/cons-osteopath2.html>

リピート率80%以上

一流



リピートは作れる

来店～次回予約までの流れ

説明・セリフ・質問を

決めておくことでリピート率60%は

余裕で作れる

→トークスクリプト

一流になるには練習が必要

リピート率80%を超えるには
間の使い方、声の抑揚、表情など
伝え方を練習する必要がある

想像してみてください

**仮に10回リピート率80%
毎月10件の問い合わせがあれば
すぐに予約枠は埋まってしまいます**

体験し作ってみて下さい

イメージが湧かない人は
どんな流れだと人は通いたくなるのか
実際に**自分が体験**した感想を元に
作成してみてください

※実体験するなら、ある程度回数が必要かつ少し高価なもの、もしくは自分が考えているメニューと同等の価格帯のサービスがいいと思います

整体、美容系、サロンなど

最後のワーク



開業の1つの理想

- 1ヶ月の売上：**100万円**
 - 営業日数：20日
 - 稼働率：70%以上
(8人/日)
 - 瀬術回数：160回/月
 - 平均単価：8000円
- ➔126万円の売上。
6000円なら96万円
- 2回目リピート率：80%
 - 広告費：売り上げたい金額の20%
 - 経費：20万以内

**希望の売上や
休みの数で前後する**

夢見ることができれば
それは実現できる

**学ぶのに、時間を費やしすぎるのは
怠惰である**

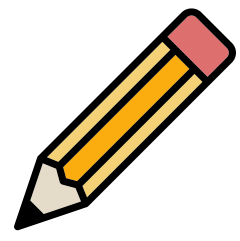
**➡ ノウハウや知識を集めて満足せず
行動をすること**

100万円を達成する治療院に必要なこと

夢 (熱量) × 行動力

開業後は、指示を出してくれる上司
手伝ってくれる同期はいません。

全ての**成功はあなたの努力**で
全ての**失敗はあなたの責任**です。



経営者になるための最後のワーク

①開業に向け熱量を持って取り組めるのか。
やりたい、挑戦してみたい気持ちの本物が
自分と向き合ってみてください

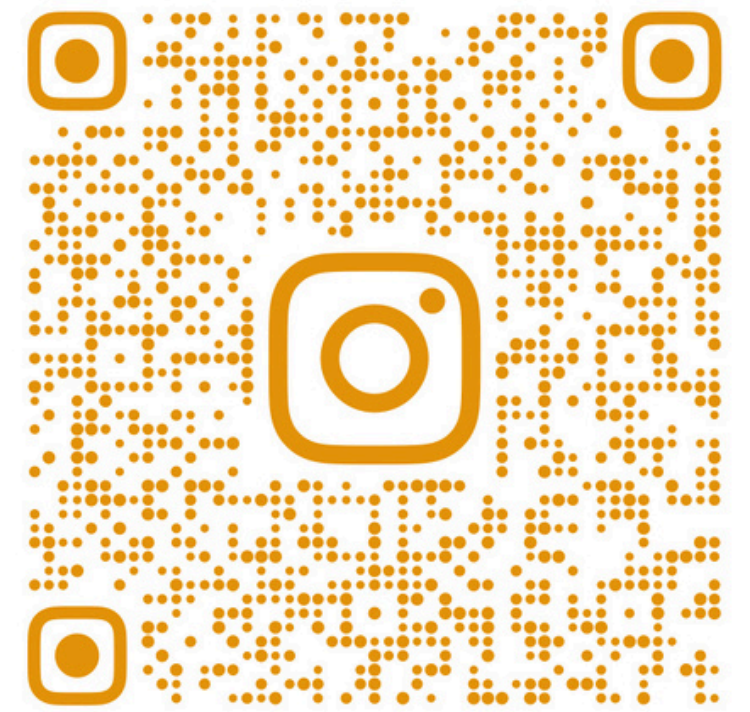
②やる気がある場合のみ実施

先ほどの長期目標フローの中で、もう少し
行動量を増やせるor難易度を上げられる
部分を1つ見つける

質疑応答

※みんなのためになる質問でお願いします

個人的な質問が
今後出てきそうな方は
こちらもどうぞ！



@ANALYZER.ZAKI