

# 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



必ず成功する方法なんてものは  
存在しません。



# でも成功を掴む方法は明確です



# チャレンジの継続



# 集客を例に考える

---

事業の失敗・倒産の主な要因は  
資金不足

➔ 集客ができなかったということ

# 集客のためにすること

---

ポスティング、ネット広告、SNS  
SNS広告、ホットペッパー  
HP作りなどたくさんあります

**全てお金がかかります**

**全部はできない**

---

**事業資金が足りない場合は  
1つずつ試す  
という人も多いと思います**

# あなたならどうする？

---

チラシ⇒×

ホットペッパー⇒×

Yahoo広告⇒×

**考えられることは全部ダメだ**

**もうだめだ・・・撤退しよう**

**ちょっと待って下さい**

**次にGoogle広告を出したら  
成功するかもしれない**

**チラシの内容を変えたら  
問い合わせが増えるかもしれない**

他の選択肢を知らない  
チラシの分析や改善案を知らない  
➔手詰まりで撤退せざるをえない



The background of the slide features a silhouette of three people climbing a mountain peak. The sun is rising behind the mountain, creating a bright, hazy glow. The overall scene is one of perseverance and achievement.

チャレンジした数だけ  
成功確率は上がる

ウイストン チャーチル(英国の最も尊敬するリーダーに選ばれた首相)

---

成功とは、失敗を重ねても  
やる気を失わないでいられる才能である

あなたの頭の中に  
集客のためのアプローチ方法が  
いくつ浮かんでいるのか？

どこがダメなのか評価・分析する  
知識があるのか？

➔ 挑戦を続けられる体制作りがキモ

**これがないと  
数回の失敗で手詰まりになり  
やる気がなくなり  
倒産する可能性があります**

知らないなら、不安があるなら  
学ばばいい！



**集客の種類については  
後半でお伝えします！  
方法より前に  
もっと大事なことがあります！**

**ここにいる先生方は  
ご自身の地域で特に熱心な先生たちが  
集まっているのだと思います**

**目の前の患者様を良くするために  
必要な知識を持ってるはずですよ**

# 集客のアプローチ 方法と評価

# 集客のアプローチ

---

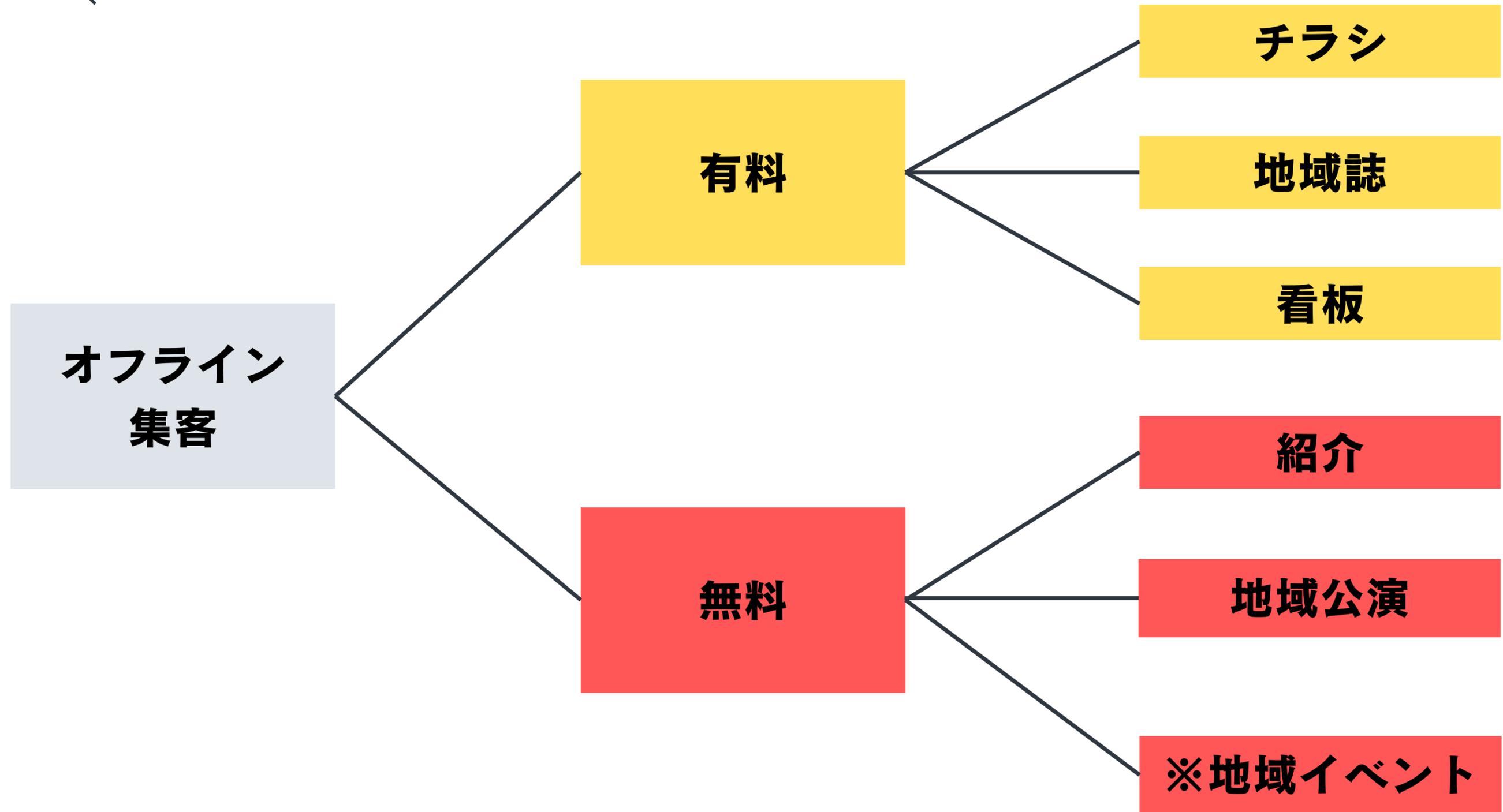
めちやくちやあります

オンライン

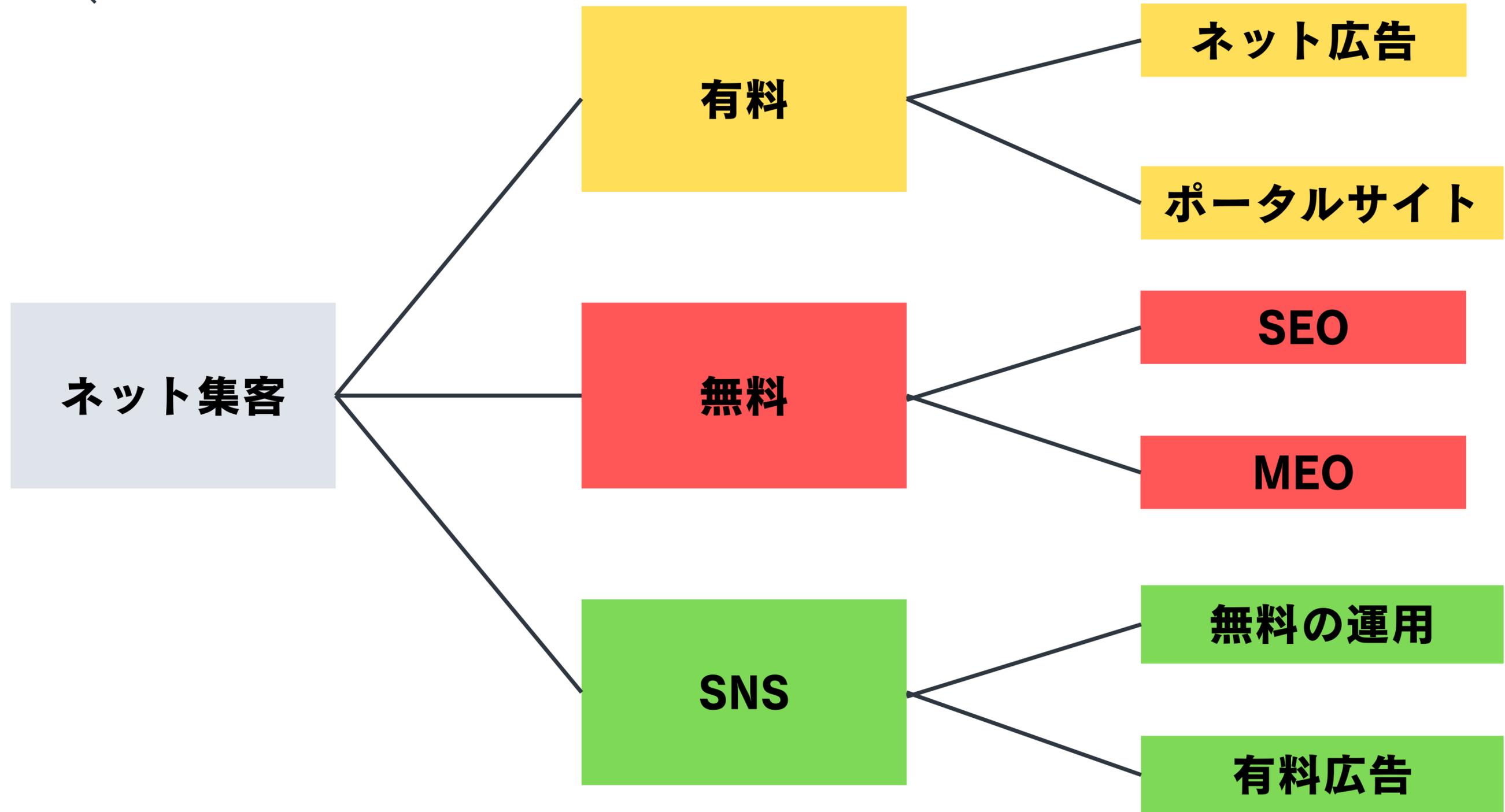
or

オフライン

# オフライン



# オンライン（ネット集客）



# SEOとは

Google

茅場町 整体



すべて 地図 動画 画像 ショッピング ニュース 書籍 もっと見る ツール

現在営業中

保険適用

高評価



ホットペッパービューティー

<https://beauty.hotpepper.jp> > ... > 東京都 > 中央区

茅場町駅でおすすめの整体・矯正 | ホットペッパービューティー

茅場町駅周辺のおすすめの整体・矯正一覧・【全身もみほぐし&ストレッチ】全カスト



# MEOとは

Google

茅場町 整体

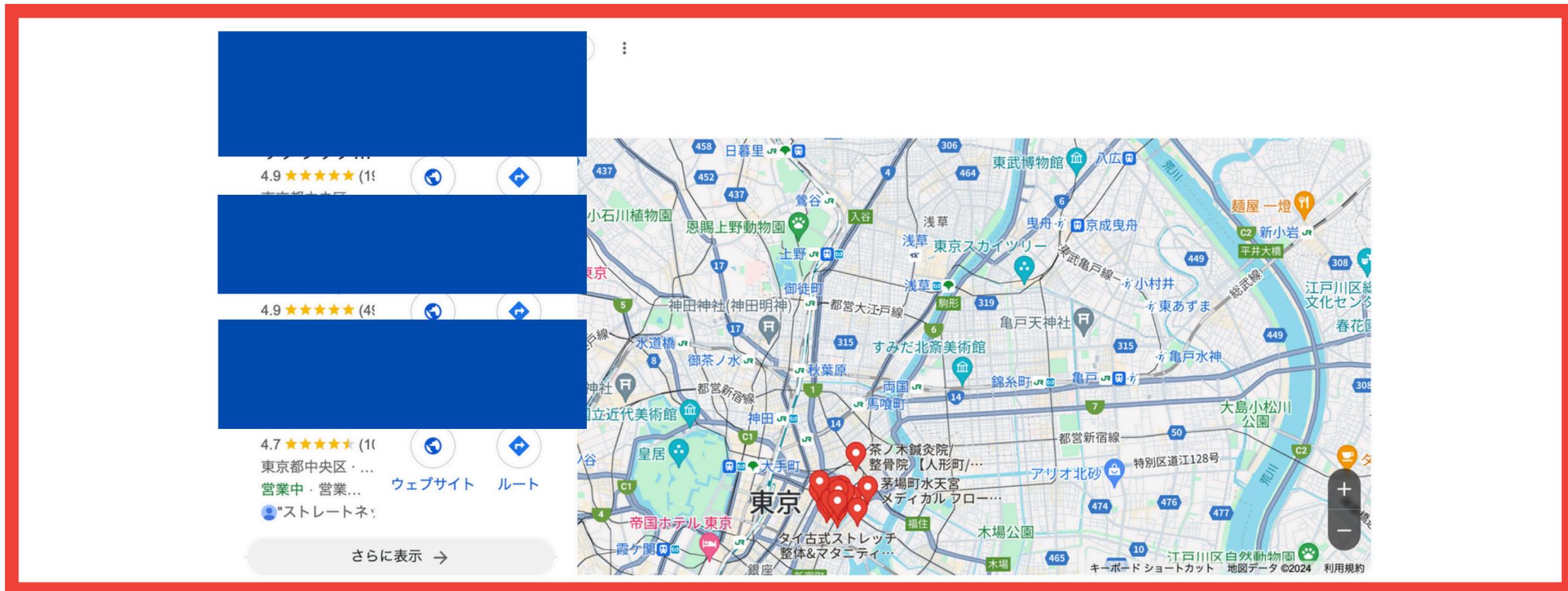


すべて 地図 動画 画像 ショッピング ニュース 書籍 もっと見る ツール

現在営業中

保険適用

高評価



 ホットペッパービューティー  
<https://beauty.hotpepper.jp> ... 東京都・中央区

茅場町駅でおすすの整体・矯正 | ホットペッパービューティー

茅場町駅周辺のおすすの整体・矯正一覧・【全身もみほぐし&ストレッチ】全カス  
ストレッチ 人形町店・サクラサク鍼灸カイロプラクティック 日本橋茅場町院・【整体・...

 茅場町鍼灸マッサージ整骨院

# ネット広告

Google広告、Yahoo広告

チラシ

ポスティング、折込チラシ  
置きチラシ、掲示チラシ

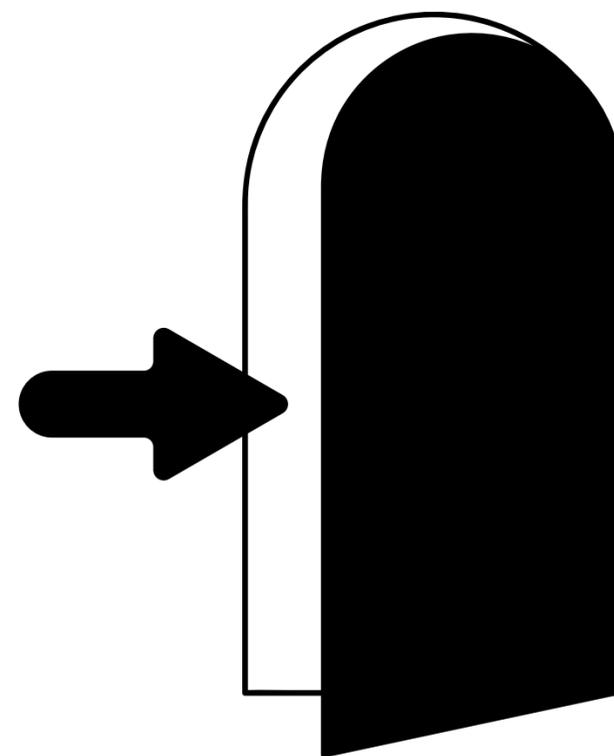
# ポータルサイト

食べログなどの情報の  
玄関窓口になってくれるサイト

# ポータルサイト

エキテン、ホットペッパー  
ミニモ、GBP、接骨ネット  
らいららいネット、EPARKなど

自分の仕事を知ってもらおう  
窓口は多ければ多いほど良いです



A hallway with several white doors and one yellow door, set against a patterned wallpaper. The floor is made of light-colored wood. The text is overlaid on the lower half of the image.

**集客が安定している先生ほど  
多くの窓口を持っています**

資金が足りないなら  
無料でできるものは  
何でもやる勢いで臨みましょう！



登録するとHPを掲載してもらえます  
色々な場所にリンクを貼ってもらおう  
ということは**HPの評価 (SEO)** を  
あげることに繋がる

話しが長くなるので  
SEOの特典にまとめておきます



**月額費がかかるものは  
値段に関わらず最低契約期間  
解約手数料などは聞いておきましょう**



アプローチの種類だけは  
伝わったと思います。

**次に効果があるのか  
ないのか見極める方法です**

効果があるのにやめちゃう  
効果がないのに継続する  
これは経営者として  
避けたいですね？

# 最低限見るべき集客データと評価



## 最低限把握してほしいこと

---

広告費に対して  
何件の問い合わせが来ているのか  
何%の方がリピートしてるのか

## 専門用語では

---

**CPA** : Cost Per Action

➡いくらかで何件問い合わせがあるか

**リピート率**

➡新患のうち、何%の人がリピート  
してくれているか

## 例) A整体院

---

チラシ：CPA5000円

SNS広告：CPA 8000円

ネット広告：CPA3000円

3000円で1人問い合わせを  
もらっている**ネット**広告は**順調**

SNS広告は**撤退**を検討もしくは  
**テコ入れ**が必要



**注意**

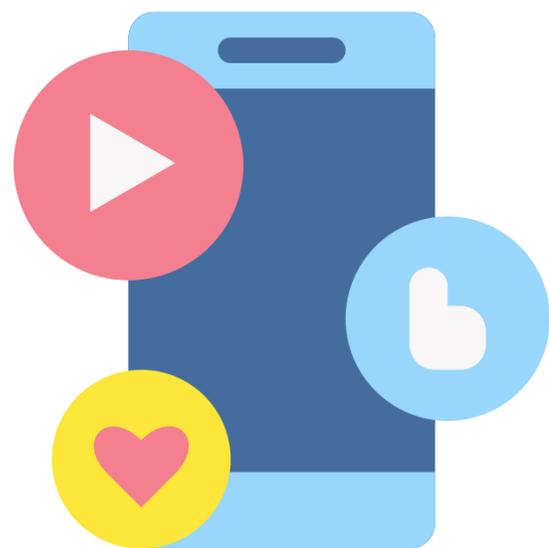


**CPAが安ければいい！  
というわけではない**



**チラシ：CPA5000円**

**リピート率10%**



**SNS広告：CPA8000円**

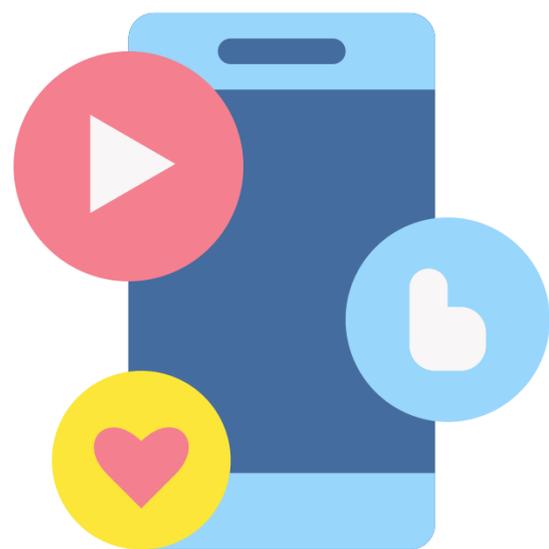
**リピート率80%**

**どっちが未来の売上に  
貢献すると思いますか？**



**チラシ：CPA5000円**

**リピート率10%**



**SNS広告：CPA8000円**

**リピート率80%**

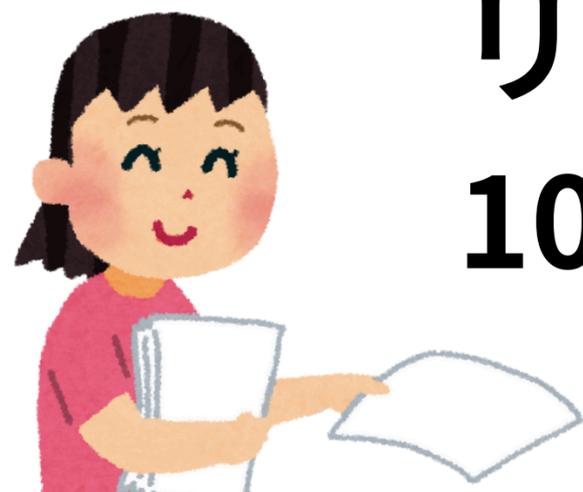
初回1980円、2回目以降10,000円で10人きたとする

CPA5000 × 10人 = **5万円の出費**

初回1980円 × 10人 = **19,800円の売上**

リピート率10%なので1人が2回目へ  
10,000円 × 1人 = **10,000円の売上**

**20,200円の赤字**



**チラシ**

初回1980円、2回目以降10,000円で10人きたとする

CPA8,000 × 10人 = **8万円の出費**

初回1980円 × 10人 = **19,800円の売上**

リピート率80%なので8人が2回目へ  
10,000円 × 8人 = **8万円の売上**

**19,800円の黒字**



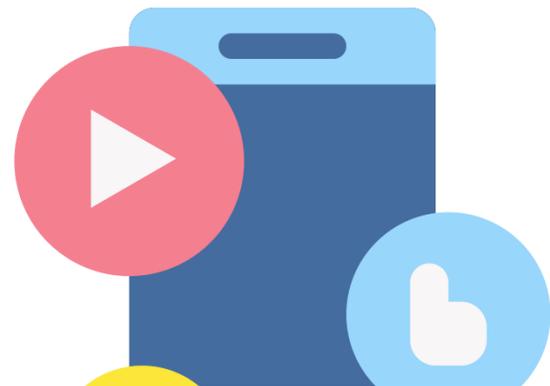
**SNS広告**

# さらに10回通ってくれたとしたら



チラシ

リピート1人×1万円×10回=10万円の売上



SNS広告

リピート8人×1万円×10回=80万円の売上

CPAだけの判断は視野が狭い

データというのは単体ではなく  
複数組み合わせることで  
広い視野で分析ができます

## リピート率は細かく見る

---

慣れてきたら2回目リピート率  
6回目リピート率など期間を  
分けて記録しておく和良好的

# こんな見方をしましょう

## 目標



## 現実



**挑戦を継続するために数字を追う習慣をつけよう**

**感覚・直感で成功してる先生もいます。**

**これにはセンスが必要です。**

**自分は凡人かもなと思う人は**

**しっかり数字を残し、改善すべき**

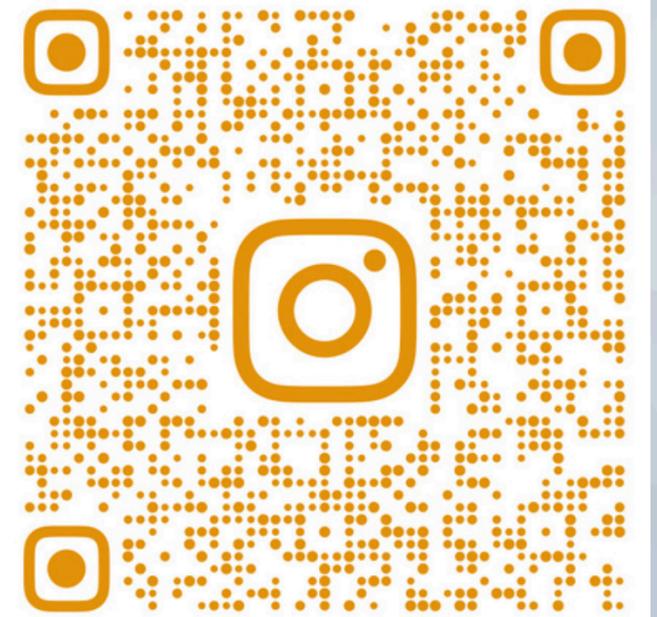
**ポイントを把握・無駄な予算を使わない**

**ようにしておきましょう！**

## 質疑応答

※個人的なデータ分析などはお控え下さい。  
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