

チケット回数券の利用方法

広告媒体に頼らない集客の方法

集客が上手くいかず、媒体への広告を検討している…

リクルート社の『○ッ○ペッパー○ユー○イー』は、クーポン連動型で、知名度、利用者、集客率は、数ある集客媒体の中でも**断トツ**です。

リラクサロンが集客にかかる広告宣伝費は、通常売上の10%～15%が一般的です。

○月商50万の場合なら5～7万

○月商100万なら10～15万

となります。

上記、媒体の掲載料金は大型店舗で50～100万、一般的な小規模店舗は3～5万が相場のようなようです。





ポイント

広告宣伝費はその**費用対効果**がどれだけあるか？
というのが一つの判断基準になりますから、いくらの広告費が妥当という事ではありませんが、初めは数千円単位から様子を見ながら広告費を増やすのが良いでしょう。

あなたのサロンを求めるお客様を望むなら…

サロンの割引に魅力を感じた、一限の
『**クーポンユーザー**』ではなく、サロンのファンと
なってくれる

『**ヘビーユーザー**』を求めるべきです！





ポイント

あなたのサロンの集客ターゲットが、他店のメニューと比べて、**特徴的なメニューがなく**、一般的なボディやマッサージがメインであるのならば前項で述べた媒体に頼らなくてはならないのかも知れません。

経営者としての考え方が大切

今あなた自身のサロン経営が軌道に乗っていない、あるいは広告媒体の効果を実感していないのなら、広告媒体に頼らない**新たな集客のキャッシュポイント**を見つけてチャレンジして見たらいかがでしょうか。

さまざまな知識や、新しいスキルに投資して、技術力を上げることも勿論大切ですが、知識、スキル以外に**経営者としての考え方**が大切です。

あなたのサロンはあなただけのモノではありません。あなたを慕うあなたのファンやあなたのご家族のためにあるのです。生涯に1度くらい、人生をかけてでも、自分のマインドを変えて是非とも**本気の経営**をヤルべきです。





ポイント

個人的な主観ですが、お金を誰かのために使わないと、お金は入ってこないと思っています。経営者として、サロンの生産性向上のために、理想は**人にお金を使ってみる**という事です。

広告媒体に代わる集客のヒント

■チケット回数券

珈琲店のコーヒーチケットはすでに有名ですね！
皆さんご存知だと思います。

1杯300円のコーヒーの11枚綴りのチケットを購入
すると3,000円で1杯サービスになると言うオーソ
ドックスな集客法です。



リラクサロンに置き換えると

例えば…

1回5,000円のよもぎ蒸しを11回綴りで	50,000円で販売	(@約4,500円)	シルバーチケット
1回5,000円のよもぎ蒸しを22回綴りで	90,000円で販売	(@約4,000円)	ゴールドチケット
1回5,000円のよもぎ蒸しを33回綴りで	115,000円で販売	(@約3,400円)	プラチナチケット

といった感じに『松竹梅方式』で販売します。



この方法だと、真ん中の90,000円の回数券が意外に売れます。
お客様の考え方として、どうせこのサロンに通うのだから、
前金だけとお値打ち感満載！！というお客様が増える。
オーソドックスですが、様々なメニューに応用できます！

シルバー 5,000円 お得

ゴールド 20,000円 お得

プラチナ 50,000円 お得

そんな高額な商品がサロンで
売れる訳がない！



そんな風に思ったのなら、ココで終了して下さいね！



ポイント

回数券の良さは、いくら高額でも、購入されたお客様は、浮気することなくご来店いただけます。割引して毎回クロージングするか、クロージングせずに3つの選択で購入して頂き、そのあとの**フォロー**で顧客化をしていくのです。

高額メニュー

日本でも、まだ高景気とは言えないのに、自動車の国内販売では、レクサスをはじめ、ボルボ・アウディ・メルセデスベンツなど、いわゆる高級車の販売が伸びています。

あなたが狙う同じクラスの排気量なら、日産の300万円のSUVなら、レクサスの400万円のNXが気になります。トヨタのセダンに400万円かけるとしたら、ベンツの今流行りの次世代型Cタイプの500万円が欲しくなるし、マツダの300万円の新型SUVなら、ボルボの450万円のXC50が欲しくなるものです。

(もちろん、個人の主観ですが…)





人間の購買意欲において
「7%の人間は高額モノを買いたがる」
というデータがあります

たかが7%のように思えますが、あなたのサロンのお客様が100人いるとすれば、たった7名とはいえ、高額メニューを購入される確率になります。

『これってモノ凄い確率ですよ！！！！』

あなたのサロンの客単価が5,000円だとして、100名の客数で50万円の売上げだと仮定します。そして先ほどの7%の話しを当てはめてみましょう！





93名のお客様単価が5,000円で、7名のお客様単価が90,000円とします。

$$93 \times 5,000 = 465,000 \text{円}$$

$$7 \times 90,000 = 630,000 \text{円}$$

で、合計が1,095,000円になります。

なんと2.2倍の売上げですね！！！！



ポイント

つまりは、メニューの中にバックエンドメニューとして、**高額メニュー**を置くことにより客単価は想像を超える金額で、確実に上昇して売上にも関係してきます。あなたが想像する以上に、お客様はお金を持っています。

お悩み解決商品

毎日のようにテレビやネットで目にする、通販サイトの広告ですが、案外高額の万単位や数十万単位の商品がバンバン売れている事を不思議に思った事はないでしょうか？

スバリそれは、この商品を買えば自分の「悩みを解消・解決できる」と思い込んでしまう事なのです。コレ、実は美容業界における集客術の重要なヒントにもなるのです。

東京スカイツリータウン®東京ソラマチ®内
最大のエンタメグッズショップ

テレビ局公式ショップ
ツリー ビレツジ

オフィシャル通販サイト



一般社団法人
韓方座浴セラピスト協会



ポイント

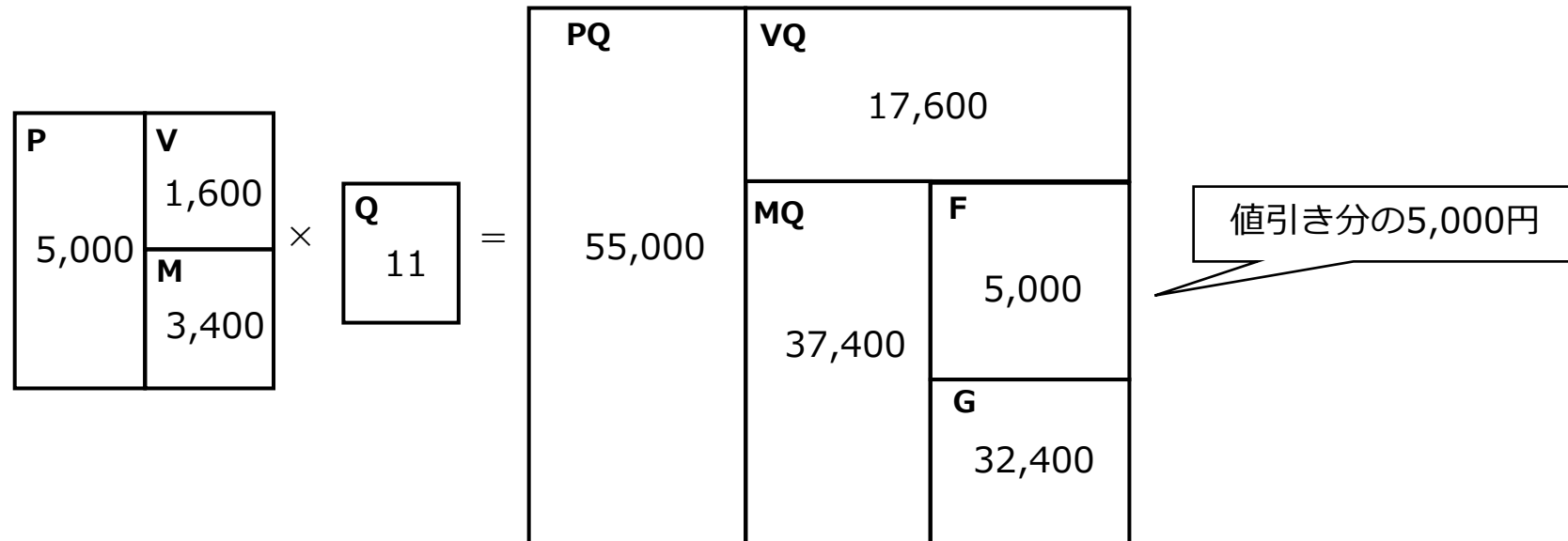
新たなメニュー化として、お客様の日常における**困りごと・お悩みごと・不平不安**をあぶり出す事から始めましょう。

解決するご提案ができるかを考え、お客様の将来を考えた新たなメニュー提案にする事で、必ずあなたの**サロンの生産性が上がります**。

回数券のシミュレーション（シルバー）

1回5,000円のよもぎ蒸しを11回綴りで50,000円で販売した場合。

値引額の5,000円は、そのお客様に対しての宣伝広告費として考えると、5,000円の広告で約9人の集客ができたと考えることができる。



回数券のシミュレーション（ゴールド）

1回5,000円のみもぎ蒸しを22回綴りで90,000円で販売した場合。

値引額の20,000円は、そのお客様に対しての宣伝広告費として考えると、20,000円の広告で約16人の集客ができたと考えることができる。

The diagram illustrates the calculation of the value of the company (Q) based on the value of the assets (P) and the value of the liabilities (V). It shows the following components:

- Assets (P):** A box divided into two sections:
 - P:** 5,000
 - V:** 1,600
 - M:** 3,400
- Liabilities (V):** A box divided into two sections:
 - VQ:** 35,200
 - MQ:** 74,800
 - F:** 20,000
 - G:** 54,800
- Company Value (Q):** A box labeled **Q** with the value 22.
- Calculation:** The value of the company (Q) is calculated as the value of the assets (P) minus the value of the liabilities (V): $P - V = Q$.
- Result:** The value of the company (Q) is 22.
- Callout:** A speech bubble indicates that the value of the company (Q) is 22, which is the value of the assets (P) minus the value of the liabilities (V).

回数券のシミュレーション（プラチナ）

1回5,000円のみもぎ蒸しを33回綴りで115,000円で販売した場合。

値引額の50,000円は、そのお客様に対しての宣伝広告費として考えると、50,000円の広告で約18人の集客ができたと考えることができる。

The diagram illustrates the calculation of the value of the company (V) based on the value of the business (P) and the value of the company (Q). It shows a multiplication of a 2x2 matrix by a 1x1 matrix, resulting in a 2x2 matrix.

P	V
5,000	1,600
	M
	3,400

×

Q
33

=

PQ	VQ
165,000	52,800
	MQ
	112,200
	F
	50,000
	G
	62,200

値引き分の50,000円