

経営・集客クラス 第3回講義

小池沙織





本題前の 大事な2つのこと！

①安心

②アウトプット

①安心



“安心”が最も重要

- 安心できない＝サバイバル脳状態
→他人を避ける、自分を責める、
生まれてきた目的がわからないなど…

安心できない＝いいことがない！！

- 安心できる
＝喜びの人生に近づく



安心すると成果が上がる！

- ・グーグルの研究で1番成果が出るのは“心理的安全性が高い”グループ
 - ・安心すると学習効果も高まる！
 - ・あなたの学びを深めるため
 - ・居心地がいい環境のため
- 集客クラスでは全員が安心できる関係を築きましょう💖



どうしたら安心できるか？

1. リラックスする
2. 否定しない
3. 自己開示する
4. 敬意を払う



どうしたら安心できるか？

- リラックスする

- ・ 不安と緊張はサバイバル脳の原因
→ あなたの人生の障害となる

講義の間だけでなく、日常にリラックスを取り入れる

- リラックスして講義を聞くと

- 学習効果が高まる
- 心の傷の解放につながる
- 本当の生まれてきた目的に近づく

- リラックスして視聴を！



リラックスするための具体的方法



●MAX瞑想システム™

- ・誰でも確実に深い瞑想状態になれる
- ・深いリラックスは傷ついた神経細胞を修復する
- ・”いらないもの“を手放して、スペースを作り
真の理解やひらめきが起きる
- ・対面の瞑想会が良い（エネルギーを受け取る）
- ・YouTubeに動画があり、それを聞くだけでも違う



確実にリラックスする唯一の方法

どうしたら安心できるか？

- **自己開示する**
- 知らない人に安心感を感じるのは難しい
- 自分のことを話すと、脳が活性化し、記憶に定着し、安心感を感じ、コンサルが深く入り、応援してもらえる！
- 良いことも、悪いことも、恥ずかしいこともぶっちゃければぶっちゃけるほど良い効果が！！
- クラス内に否定してくる人はいない！
- **積極的にぶっちゃけて自己開示しよう**



どうしたら安心できるか？



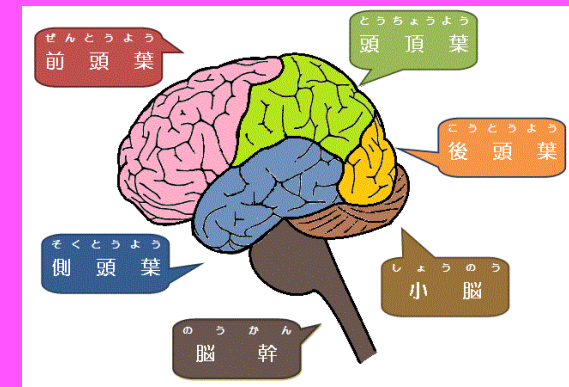
助け合う

- 皆さんの困りごとに、我々講師が一生懸命向き合ってお手伝いします！
- 生徒間も同じように困っている人がいたら声をかけたり、自分ができる範囲、喜びの範囲内でお互いに助け合いましょう
- 逆に自分が困っていたら、ヘルプを求めてみましょう！（我々講師含む）

②アウトプット



アウトプットで記憶に残る



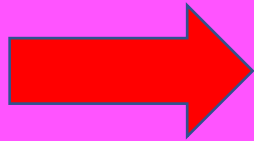
- 最初に情報は**短期記憶の“海馬”**に仮保存
→ 2週間で忘れてしまう
- 長期記憶するには何度も使い
“側頭葉”に入れる
→ アウトプットすれば長期記憶される

理解するまで図解

①

学習する

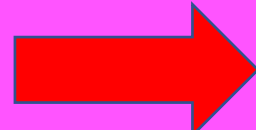
(短期記憶する)



②

記憶される

(長期記憶・知っている)



③

理解する

(腑に落ちる)



④

使いこなす

- ・ 記憶ではなく理解していこう
- ・ 知っているだけではなく使いこなしていこう

アウトプットのコツ



- **話す内容はぶっちゃけ関係ない**
 - ・話す内容よりも“話すという行為”が脳にとって良い
 - ・素晴らしい内容を話す必要はないので、
「アウトプット」をしよう！
- **自分の話がいい**
 - ・アメリカの研究「自分の話をする则脳が活性化する」
 - ・苦手な星座（さそり、てんびんなど）もありますが
安心して、できる範囲で自己開示をしよう

敬意を払う



- お互いに敬意を払うから
安心できる関係性が成り立つ
- 敬意があると、かける言葉や態度が変わる
- 感情が崩れた時も、ひどい態度を取りにくくなる
- クラス内の全員に敬意を持とう！
→ 自分の生活でも取り組もう

常に意識する2つのこと

1 行動のハードルを下げる！

2 全ての方法を試す！

- 考えている、思っているだけでは“何もない”のと一緒に
- 何もやらないより少しでもいいから行動する
- どうやったらできるか考える
- できることを10個書き出しできることから挑戦する
- やっていくうちにアイデアが湧いてくる
- 諦めなければ何かが起きる！



講義後の過ごし方



“聞いているだけ”では理解できない

- ・ クラスでの情報は聞いたことや考えたことがない内容が多く、情報量も多い

→ 聞いているだけでは 100%理解できず忘れる

- ・ 「いい話を聞いてよかった」で終わってはだめ！！
- ・ 自分の中に落とし込み、理解し、
真の喜びある人生を実現し、お客様やご家族と一緒に
喜びの人生を生きてもらうことが目的

アウトプットの種類

1. 個人的なアウトプット
2. 共有のアウトプット
3. 外部へのアウトプット
4. アサイメント

- ・ アウトプットは4種類
- ・ 内容は変わらないが、どの対象に向けて行うかで効果が変わってくる



アサイメント（課題）



- **本講義の最後にアサイメント（課題）あり（超重要）**
- アサイメントにより講師は皆さんの講義の理解度を把握し、同期生同士も安心感と新たな価値観を理解できる
- **アサイメントを提出している受講生は講義の理解も早く人生が大きく変化している傾向にある**
- 講義の視聴で手一杯かもしれないが、ハードルを下げてやれる範囲でアサイメントも取り組んでみよう！
- 「全部できてからでないと出せない」とよく聞くが**何もないよりは1行でもいいから、とにかく出そう**（後から編集可能）

I am God



- “「本当の自分は神である」
素晴らしい存在なのだという前提”
で人生を生きていくことが
「神として生きる = I am God」
- 形而上学と波動上昇の実践で
本当の喜びある人生を生きられる
- 神 = ロイヤル (高貴) = 妥協しない
- 奴隷 = 一般人 = そこそこでいい

シャンバラ王国とMMS全体関係図

お金の不安

子育て

自己卑下

仕事の悩み

パートナーの悩み

将来の不安

~~これらの問題の解決=本当の幸せ~~

重要なこと

波動上昇



正しい知識

MMS流れ

- ・ DNAA
 - ・ フルスピ
 - ・ アデプト
 - ・ ヒーラー1
- ガイド

本当にやりたいことを見つける (形而上学)

シャンバラ王国

(お手伝い、詳細説明
きっかけ、現状把握など)

モダンミステリースクール

(形而上学と波動上昇はここでしか学べない)

JOY & DREAM BIG

スピリットの計画の達成

神

高い

スピリット



波動

魂



低い

肉体

経営・集客クラス 第3回講義

小池沙織



このクラスの目的



- 1 : あなたが生まれてくる前に決めてきた
人生の設計図を実現する知識の1つを提供する
- 2 : “両思い集客”ができるスキルを手に入れる
- 3 : あなたに最も価値を感じてくれる人を
集められるようになる
- 4 : いつでも「自分の人生は自分でつくる」こと
ができることを体感してもらうこと

このクラスの目的



- 精神も経済も豊かになり
新しいことを学ぶ糧になること
- 術者側が安心し、豊かで、良いエネルギー状態
であることを身につける
- それによって出会うお客様や受講生の
人生も豊かになるお手伝いをする

自分を満たす順番



- **宇宙の法則の順番**

- ① 自分の喜びを見出す（カップを満たす）
- ② 溢れたもので他者に喜びをもたらす

→ 順番を変えてもダメ

- 最初に自分を満たすこと

→ 相手から満たそうとしても、相手は本当の意味では満たされない（見返りを求める、疲弊する）

- これは自己中ではない

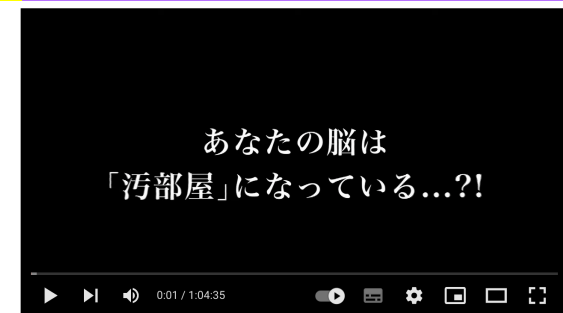
自分が満たされると自然と相手も満たしたくなる

集客を成功するための具体的方法

• MAX瞑想システム™

- 誰でも確実に深いリラックス状態になれる
 - 深いリラックスは傷ついた神経細胞を修復する
 - エネルギーも同時に調整する
 - 対面の瞑想会が良い（術者によりエネルギーも調整可能）
 - YouTubeに動画があり、それを聞くだけでも違う
- アデプト受講済みの人は生徒手帳アプリに有り
- 最低でもYouTubeを聴くことがおすすめ
- 広告が入ってしまうので対策が必要

• 確実にリラックスする唯一の方法



至福のリラックスと脳の大掃除！ 究極の賢い瞑想「MAX瞑想システム™」ナビゲート動画

モダンミステリ... チャンネル登録 451 共有

コンセプトとターゲット



- **集客を始める前にコンセプトを決める**
→これがないと、誰に何をしたらいいか決められない
- **集客を始める前にターゲットを決める**
→これがないと、どんな媒体や価格帯にするか決められない

集客媒体について



- 自分のターゲットはどの媒体をよく利用するかを見極める
- 各媒体の特徴を知る
- 各媒体の正しい集客方法を理解する
→別解説します
- 新規スタートの場合はコストが低いものから始める
- **どれか1個だけでなく、組み合わせる**

集客媒体一覧

- 口コミ
- 看板
- HP
- ホットペッパー
- ネイルブック
- Googleマイビジネス
- 無料登録サイト
- クーポンサイト
- Facebook
- Instagram
(フィード, ライブ, リール, ストーリー)
- Threads
- X (旧Twitter)
- アメブロ
- note
- YouTube
- Tiktok
- メルマガ
- 公式LINE
- イベント



結局どの媒体を使うか？



- おすすめ媒体一覧
 - ホームページ（おすすめクレヨン）
 - Googleマイビジネス
 - Instagram
 - アメブロ
- ネイルサロン集客で初期の場合
 - ネイルブック



集客に必ず必要なもの①

●集客の基本的な項目

- ・技術、接客力、対応力
- ・お客様視点で全てを作ること
- ・“おしゃれさ”より“わかりやすさ”
- ・お客様がサービスを受けるときの気持ちがいメージできるようにすること
- ・すべては、お客様の安心感のため
- ・情報不足は不安を招き、集客できない



集客に必ず必要なもの②

- **現代の集客には写真が超重要！！**

- **必要な写真の種類**

- 商品写真
- 施術中写真
- プロフィール写真
- 店内写真
- こだわりがわかる写真



ネイルサロン集客ページの写真について

- サロンの写真の黄金の順番
 - ①お客様が最も「来店したい」と感じる作品の写真
→ **コンセプトにあった最上級の写真**
 - ②作品2番目
 - ③作品3番目または季節の作品
 - ④店内写真または施術中写真
- 詳細は別途写真の講義で解説



ヒーリング・占いの写真

- ヒーリング・占い集客ページに必要な写真の種類
 - ・ 顔がわかるプロフィール写真
 - ・ 施術中写真
 - ・ 店内写真
 - ・ 魔法グッズや縁のある神様の写真
- 安心感を感じてもらえるように



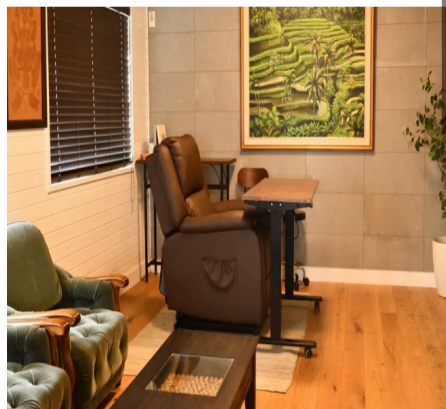
プロフィール写真例



施術中写真例



店内写真例

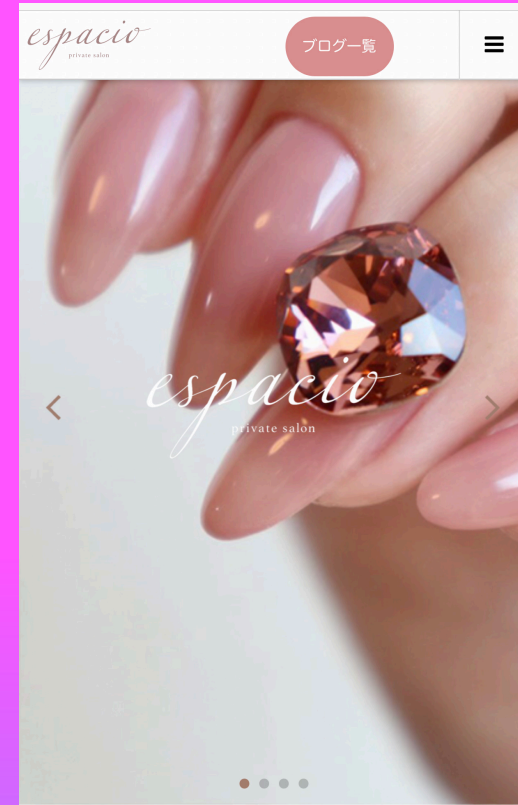


こだわりがわかる写真



そもそもホームページについて

- なぜHPが必要か？
 - 両思い集客では
 - ①自分のサロンのコンセプトやこだわり
あなた自身の人となりを理解してもらう
 - ②その自分のことを求めてくれる人を集める
ということが必要
- **ということは自分の情報を読み込んでもえる情報が
たくさん書いてある場所が必要**
- **それがHP**



SNS集客との違い



- SNSでも集客できる？

HPを作らず、SNSだけで集客が可能な例もある
→それができるならばそちらでもOK

- ただし！

上手に情報開示できればいいが、中途半端な
情報発信だと勘違いのお客様がやってくる

→必要な情報をたくさん載せられてしっかり
読み込んでもらえる環境としてHPはとて有効！

HPのメリット

- 自分のHPを作ること接客前にサロン詳細をお知らせできる
 - お客様は安心感を感じご来店意欲が上がる
 - HPは存在するだけで信頼度が高い
 - HPも種類があり、使い分ける
 - 詳細は別途講義にて
 - ホームページは看板！



参考ホームページ



- HP作成は以前の私の生徒さんのページを参考に進めると効果的
- ただし、状況によってHPの非公開などがあり参考HPは都度変わっている
- 現段階の最新の情報をお伝えしたいので、必要な時に質問してください
- その時の最新の参考HPをお伝えします

ホームページの考え方



• HPは集客には必須

- ・ 両思い集客、長期的集客、本気の集客
ならばホームページでの集客は必須

• 取り組みのハードル

- ・ 昔は地域によってはHPを作らなくても
アメブロのみで集客可能だった **(今はほぼない)**
- ・ ホームページを作成するにはそれなりの知識
もしくは資金が必要というハードルがあった

ホームページの作成方法①



• 1：ホームページ制作業者に依頼する

- 見栄えのいいホームページが作れる
- お金がかかる
- 作った後の修正も依頼する必要がある
- 業者にお任せでは集客できるHPにはならない

• 2：自分で作成する

- 無料～低額
- 修正や更新をすぐに自分でできる
- 実作業や知識勉強や慣れなどが大変

HPおすすめシステム



・クレヨン（簡単）

- ・メリット→知識がなくても簡単にスマホでHP作成できる
- ・デメリット→作成の自由度が低い、料金プランによって制限がある

・ワードプレス（できるならおすすめ）

- ・メリット→自由にHPを作れる、世界で一番使われている検索すればやり方はたくさん載っている
- ・デメリット→ウェブの知識が必要、PC必須

・HP作成業者紹介可能です！



HP正解の構図について

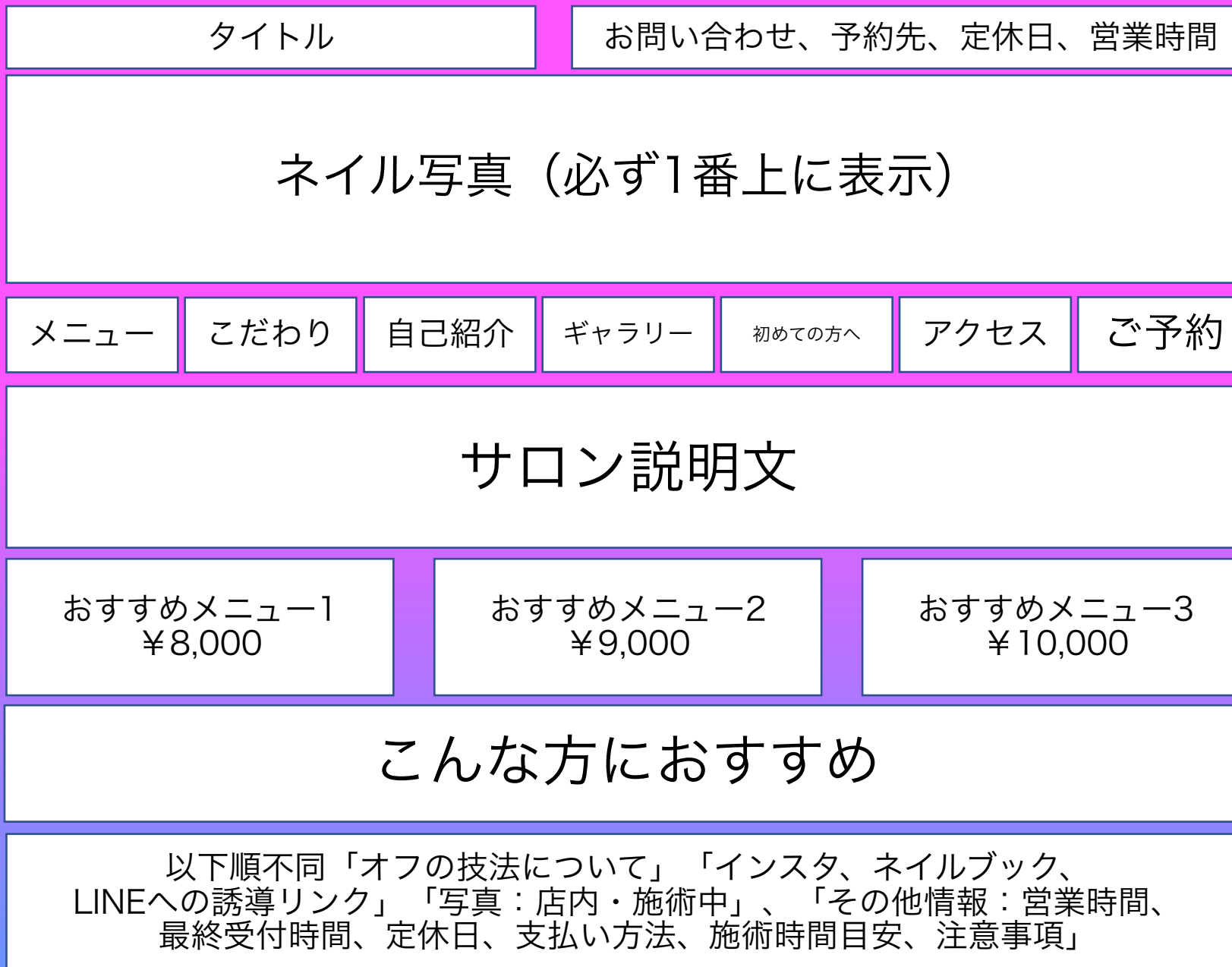
- 自己流にしない

- 業者に依頼する場合も、自分で作る場合も
自己流で作成せず構図のルールを守る
(配置の前後を逆にもしない)

- 業者に依頼するなら、一言一句指示するための
明確な構図のイメージが必須
(色、文字体、言葉、配置)



ホームページの正解構図



“売れる”HPのタイトル



- ・ホームページのタイトルの正解

地域名＋ネイル（サロン）

＋コンセプト＋店名（カタカナ）

【解説】

- ・店名はカタカナで記載
- お客様はカタカナで検索するから
- ・コンセプトをわかりやすく、短く記載



HPタイトル

- アメブロと並行して作成する場合はタイトルを変化させる
→ 同じだとグーグルロボにパクリサイトと認識されて評価が下がる可能性がある

- HPタイトルの例
【ホームページ】



世田谷ネイルサロン丁寧で爪を傷めず上品ネイルのミッシェル
【アメブロ】

世田谷ネイルサロンフィルイン手描きネイルが得意なミッシェル

- タイトルはこの通りに行うこと（順番も変えない）

タイトル設定は自分のコンセプト・参考HPを参考にする

HP内ブログについて



- ホームページ内でブログ記事を書けるならベスト
→直帰率低減、滞在時間向上のため
- クレヨンの場合料金プランによってページ上限がある場合あり
- HP内ブログが難しければ毎日の投稿はアメブロで行いリンクをHPに設置するのもアリ

栃木市ネイル/丁寧なフィルイン施術
で美フォルムが叶う、相談しながら
華やか上品デザインを♡

セレネスネイル

タイトルを押して頂くとブログに飛びます♡

ホワイトレオパードで抜け感あるおしゃれネイル♡

ネイビーのツイードはシックなデザインに♡

今日はお休みをいただいて下の子の運動会へ♡

ブライダルフォトのネイルをお任せいただきました♡

足の指先のお手入れは一年中がおすすめです。

昨日は友達に誘われてEXILEのライブに♡

HPとアメブロリンク例
←クレヨンとアメブロ

ネイルサロン説明文のコツ

“お客様に伝わる言葉”で強みを伝える

- ・ オフのこだわり
- ・ 丁寧かスピード重視か
- ・ ケアについて
- ・ ジェルやもちについて
- ・ フォルムについて
- ・ 得意なデザインについて
- ・ サロンの雰囲気
- ・ カウンセリングのやり方

(DVDが見れます、たくさんおしゃべりします)

- ・ 深爪育成やトラブルネイルについて
- ・ 人柄

📄 サロン紹介文

滋賀県南草津のネイルサロン ラブーケは
美しいツヤ、手描きのフラワーアート、キラキラのスワロフスキー
ネイルが人気で、上品で繊細な仕上がりにこだわりを持ったサ
ロンです♡

お客様のお爪を傷めないために、通常ジェル付け替えの際に使用
するアセトンという薬剤を、当店では使いません！

ジェル付け替えの際は【**フィルイン**】という技術で、ジェルだけ
を削り取り、美しく形を整え、その上にまた新しいジェルを乗せ
ていくので、過剰に爪が薄くなったり、薬剤でお肌が乾燥したり
荒れることもありません✨

お店のウリ（強み）のコツ



• 自分のお店（強み）のウリ（強み）を5つすぐに言えること

- あなたのサロンは、お客様に他のサロンと比較されているという意識を持つ
- 集客は短く的確な言葉で伝えることが重要
- 自分の言葉で言えるように

→ 例：美フォルムor美爪

フィルインorアセトンを使わないor爪を痛めない

→ ウリ（強み）がはっきり言えることが重要

事業コンセプト設計

• 事業コンセプトとは何か？

→ 誰が、何をしたら、どうなるを決めること

- 誰が：どんな人が？（ビフォアー）
- 何をしたら：どんなことをしたら（強み）
- どうなる：どんないいことがある（アフター）



注意事項について

• 注意事項を載せる注意点

- 注意事項を載せると、トラブルを避けられる
 - 表現を気をつけないと安心感がなくなる
- クッション言葉をつけること

• 例

- 遅刻、当日キャンセルNG
- 長さ出し希望の場合事前連絡必須
- ネイリストが子供の体調不良で休む場合あり
- サロンに子供やペットがいる
- お子様連れNG、OK
- 当日オイルNGなど



HP集客のポイント



HPがグーグルに評価されるポイント

① 直帰率：1ページ目で帰ってしまう割合

- ・1ページ見て帰るということは
そのページに興味がない可能性が高い
→検索ワードと違う内容の可能性が高い

② 滞在時間：HPを閲覧している時間

- ・ずっと見ているということは、良い内容
である可能性が高い

この2点を意識してHPを作成すると集客できる

“売れる”HPの構成のコツ



直帰率低下のポイント

- トップの写真がお客様にとって魅力的であること
 - トップ画像の良し悪しでその先の情報を見てもらえるか決まる
- 1ページ目でお客様が帰らないような工夫（直帰率低下）
 - ページの最初にわかりやすい写真や文章を表示
 - 別ページへの飛び方がわかりやすい
- わかりやすいお問い合わせ先必須
- “見栄え”より“わかりやすさ”重視

読んでもらう工夫について



- お客様のHP滞在時間を長くする工夫

- ①文章のボリュームが多い
- ②興味を持ってもらいやすい内容
- ③読みやすく、わかりやすい文章
- ④全ての写真が綺麗でサロンの良さが伝わる

メニューバーについて

- メニューバーに載せるべき情報

- メニュー
- こだわり
- 自己紹介
- ギャラリー
- 初めての方へ
- Q&A
- アクセス
- ご予約



売れるHPの作り方



• フィード

【サロン説明文章（3~5行以内）】

例文：世田谷ネイルサロンミッシェルはアセトンを使わないオフの技法で爪を痛めず、手描きアートや上品なデザインが得意なネイルサロンです。仕上がりの美しさと持ちにもこだわっており、丁寧で通いやすいお店を目指しております。

【おすすめメニュー×3（写真付き）】

【こんな方におすすめ】

【オフの技法について】

【インスタ、ネイルブック、LINEへの誘導リンク】

【写真】店内、施術中

【その他情報】 営業時間、最終受付時間、定休日、支払い方法、施術時間目安



Googleマイビジネスの始め方

• Googleマイビジネス

- アプリまたはウェブから申請

申請から少し時間がかかることもあり

- ハガキか電話で確認対応

- 必要事項を記載する

ウェブサイト掲載はHP>アメブロ>ネイルブック

- 掲載写真はネイルブックの順番と同じにする

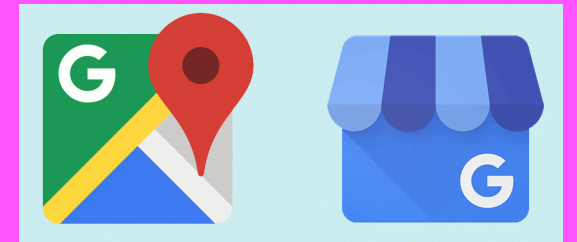
古い写真のままの人が多い

- ストリートビュー、店内ビューを掲載する

- 仲の良いお客様に口コミをいただく

- 写真と動画をまめにアップする

- 参考：南草津ラブーケ

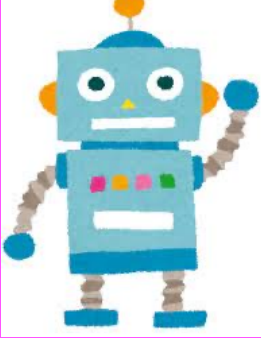


その他無料システム

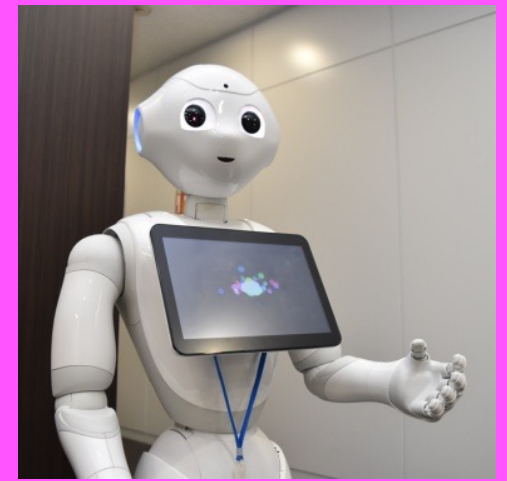
- エキテン
- ヤフーロコ

など

- 無料で店舗情報を登録可能
媒体には積極的に情報登録
- 一度登録して放置するの
ではなく、定期的に
情報更新を行う



アメブロについて



●基本的な考え方

- ・グーグルのロボットが常にネット上を巡回していてHPやアメブロの評価をしている
- ・ロボットの高評価→検索でヒットされやすくなる
- 検索結果の上位に表示され、好循環が生まれる
- ・滞在時間、直帰率などが評価基準（随時変化している）
- ・評価基準を意識してタイトル設定や記事投稿を行うと検索で最初にヒットしやすくなる（SEO対策）

アメブロの作り方



• タイトル

- 地域名をタイトルトップにつける
- 自分の地域の特性を考える（県名を入れるなどは地域による）
- **地域名＋ネイル（サロン）＋コンセプト＋店名（カタカナ）**
- コンセプトは先ほど考えたウリ5つからチョイス
- ネガティブなことは書かない（内気なネイリスト等）

• メッセージボード

- タイトルを長めの文章にしたもの
- 「地域名＋ネイルサロン」を文章の中に入れる
- 資格よりもわかりやすい強みを優先する

アメブロの作り方



• 自己紹介欄

- 自己紹介をしっかりと書くだけで差別化が図れる
 - 自己紹介をきちんと書いているネイリストは少ない
- ネイルもヒーリングも初対面でパーソナルスペースに入り手を触れる仕事
 - ご来店前に緊張を和らげた方がリピートされる
 - 記事で事前に安心感を感じてもらっておく

アメブロの作り方



• 自己紹介欄

- 文章中に最低4~5枚の写真を入れる
- 店内写真、施術中写真をいれる
- ネガティブなことは書かない
- コンセプトによって絵文字は適度に使う
- 砕けすぎた絵文字は使わない
- 行間を開けすぎ、詰めすぎない
- 文字色は増やしすぎず、3色目安
- 文末が同じにならないように（です、ますの連続など）

アメブロの作り方

• 自己紹介欄記載事項具体例

- 冒頭挨拶
- 顔写真
- バストアップ、カメラ目線、顔正面
(詳しくは写真の講義へ)
- ネイルを始めたきっかけ
- 理念 (お客様に伝わるように)
- サロンをオープンしたきっかけ
- 大切にしていること、想い
- サロンの強み
- 結びのご挨拶など



アメブロの作り方

• メニュー紹介

- おすすめメニューを1~3書く
- ベーシクなメニューを5~6書く
もしくは詳しいメニューページに誘導する
- 画像をつける
- 全くネイルをしたことがない方にもわかるような解説をする
例: 「ラメグラデーションは強度が出るので、強度が欲しい方におすすめです」
- 「デザインやメニューがわからない方はご相談ください」
- 「お店の世界観に合った色、デザインの枠を使う
(「アメブロ 囲み枠」で検索)
- オフ代について書く

アメブロのやり方⑥

• 毎日の投稿

- 毎回冒頭に地域名＋ネイルサロン＋店名＋名前を入れる
- お客様とのデザインのやり取りと写真（1デザインで3枚程度の角度や構図違い）
- 金額、施術時間、施術内容、コースを書く（写真と画像をセットで載せる）
- 今月のおすすめデザインを載せる
- 初めてのお客様を意識してデザインを解説する
- 掲載情報不足は集客ができない原因
- お客様がデザインと値段が一目でわかるページを作る
- 自分のポエムは書かない
- “ご新規様を呼ぶためのもの”という意識で書く
- 人柄は極力出した方がいいが、書かない方がいい線引きを考える
- 1記事1デザイン投稿で記事数を増やす（SEO対策）



アメブロのやり方⑦

・こだわり

- ・ 来店時にサロンのこだわりをご説明してもお客様にはほとんど伝わらない
- ・ 事前にお店のこだわりを書いて伝えておくことが必要

例：・ アセトンを使わない
・ フィルインの技法
・ 衛生管理（器具の消毒）
・ フォームについてなど

- ・ こだわりは強めに伝えないとお客様には伝わらない（＝失客に繋がる）
- ・ わざわざこだわりを読んでもくださるお客様は両思いになりやすい
- ・ 安い、早い、誰でもいい、（つまりリピートがない）お客様のご来店を防ぐことにもなる

・こんな方におすすめ欄

- ・ 技術や接客デザインについてわかりやすく書く（6~10個程度）
- ・ 最後に「このような方におすすめ」項目を書く

アメブロのやり方⑧



・問い合わせ欄

- ・記載には囲み枠を使う
- ・ターゲット層を意識してデザインする
→老眼の方には太文字を使う

・定休日

- ・不定休はNG、今月・来月の休み程度は常に書いておく

・営業時間

- ・最終受付も明記する

・連絡先

→1番連絡が欲しい連絡先を最初に記載

・ご予約をメールなどの文字で残す

- ・言った言わないといったトラブルを回避できる
- ・年齢層によってはメール等を使えない場合もあるので使い分ける

・お客様記入事項

- ・フルネーム
- ・ご希望メニューやデザイン
- ・オフ有無（ジェルかどうか）
- ・長さ出しや亀裂の有無
- ・ご希望のお日にち時間帯3候補
- ・連絡先

・注意書き

- ・施術中は電話に出れません
- ・最新の予約状況を載せている場所（インスタ、アメブロ、ネイルブックなど）
- ・気遣いの一言

「お気軽にご予約・お問い合わせください」など

- ・お子様連れOK or NG
- ・遅刻について



アメブロのやり方⑨

• アクセス

- ・ 自宅サロンの場合 「ご予約決定後詳細をお送りします」
- ・ 駅からの道順や道路の案内をかなり詳しく書く
- ・ 思っている以上に細かく書く
- ・ どれだけ細かく書いても迷う人は一定数いる
- ・ 迷って遅刻するご新規様を一人でも減らして時間ロスを無くす
- ・ アクセスを掲載すると遅刻が減る



アサイメント

- 別途提示のアサイメントに取り組んでコメント欄に提出
- アサイメント方法は別の解説を参照