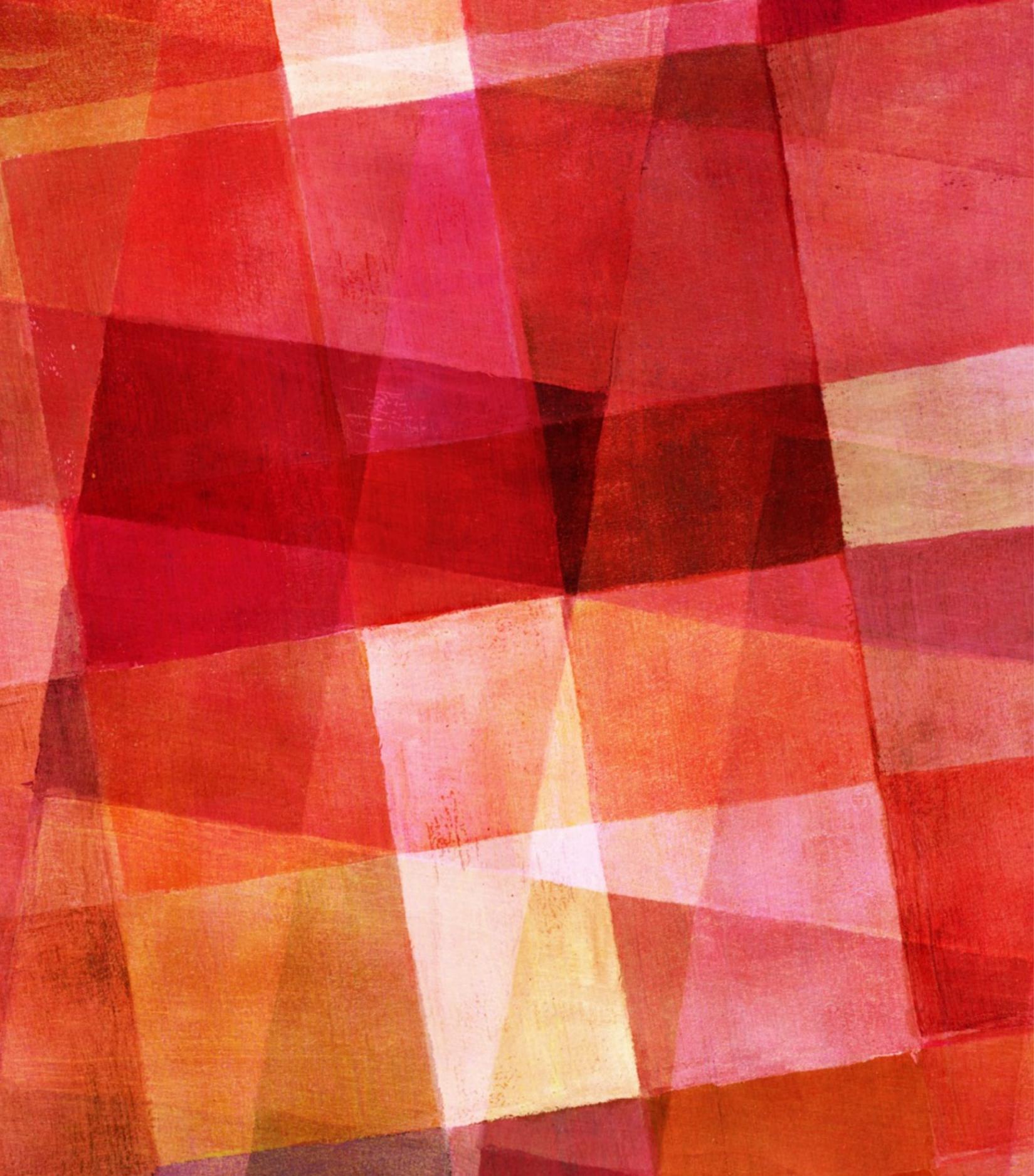


店舗集客の”三種の神器”と そのポテンシャル

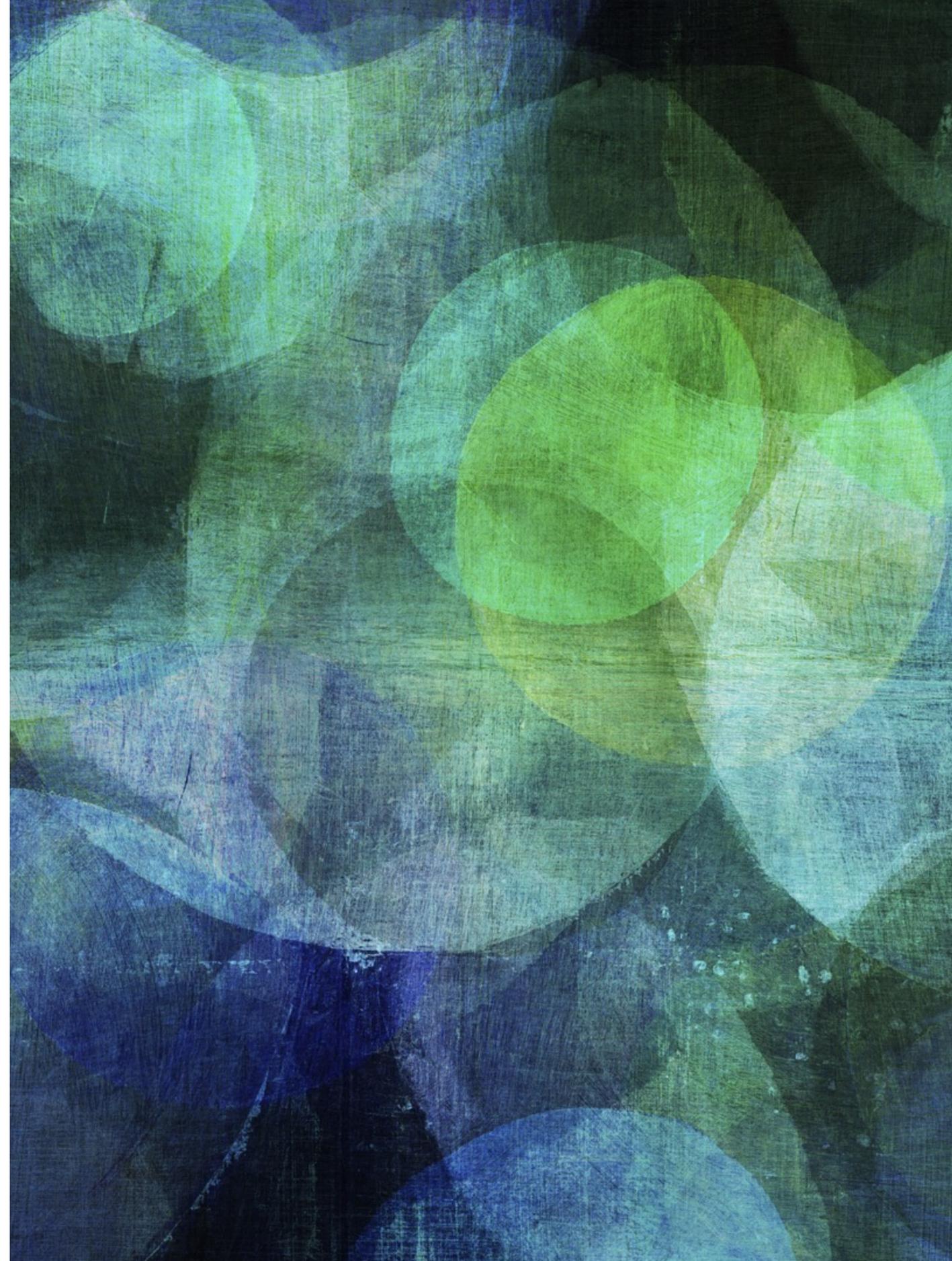


どうやって登録を促すのか？

- ❖ クーポンだけでも十分な登録のモチベーションになるかもしれませんが、“LINE@の登録をしたくなる”モチベーションをさらに上げたいところです。

❖ **購買意欲があるお客さんが購入に至るには、それなりの情報が必要**

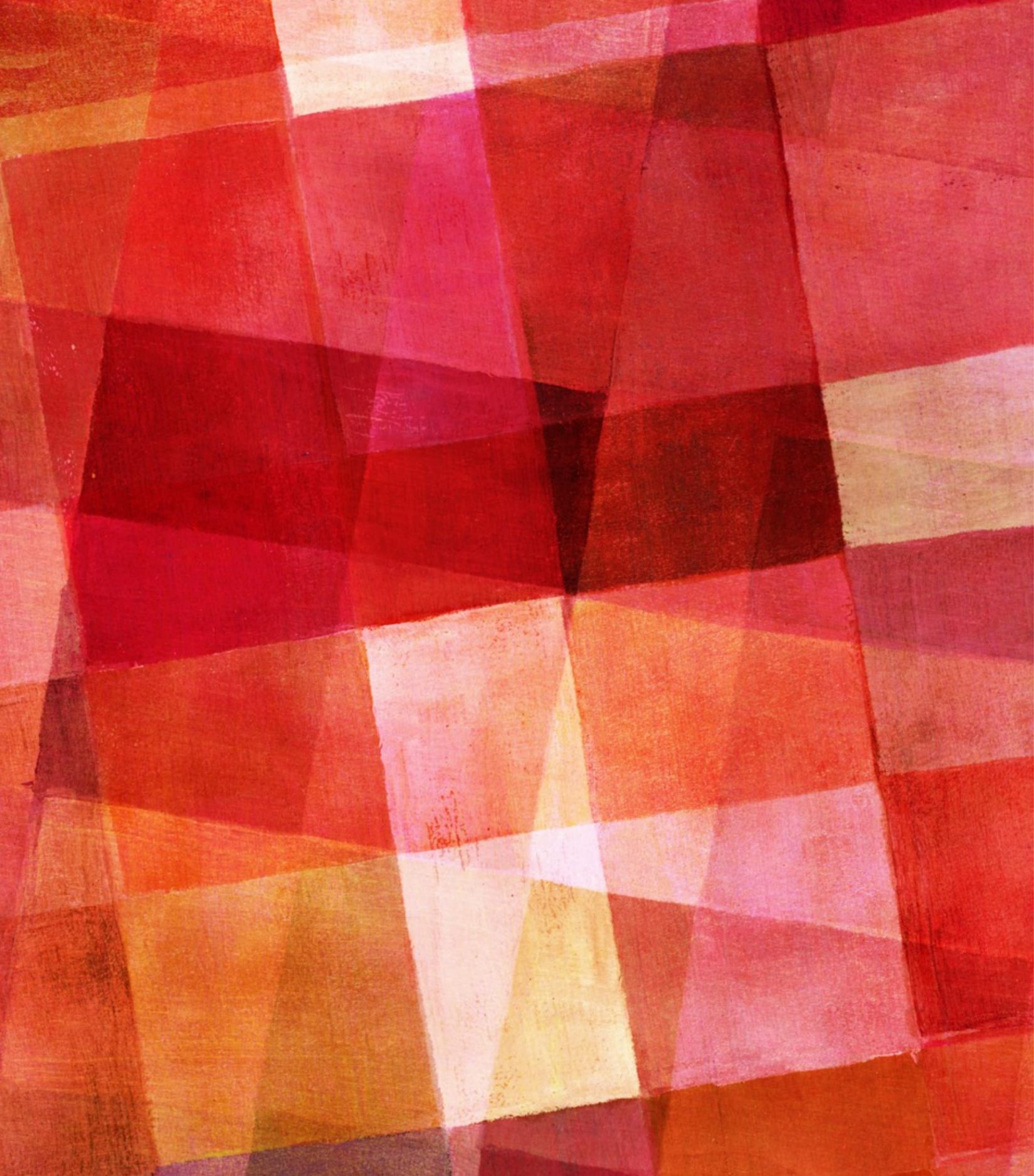
**LINE@への登録の前の段階を考
えてみる**





御社のWebサイトには、購買意欲のあるお客さんが購入を決断するに値する情報が揃っていますか？

-あなたへの質問

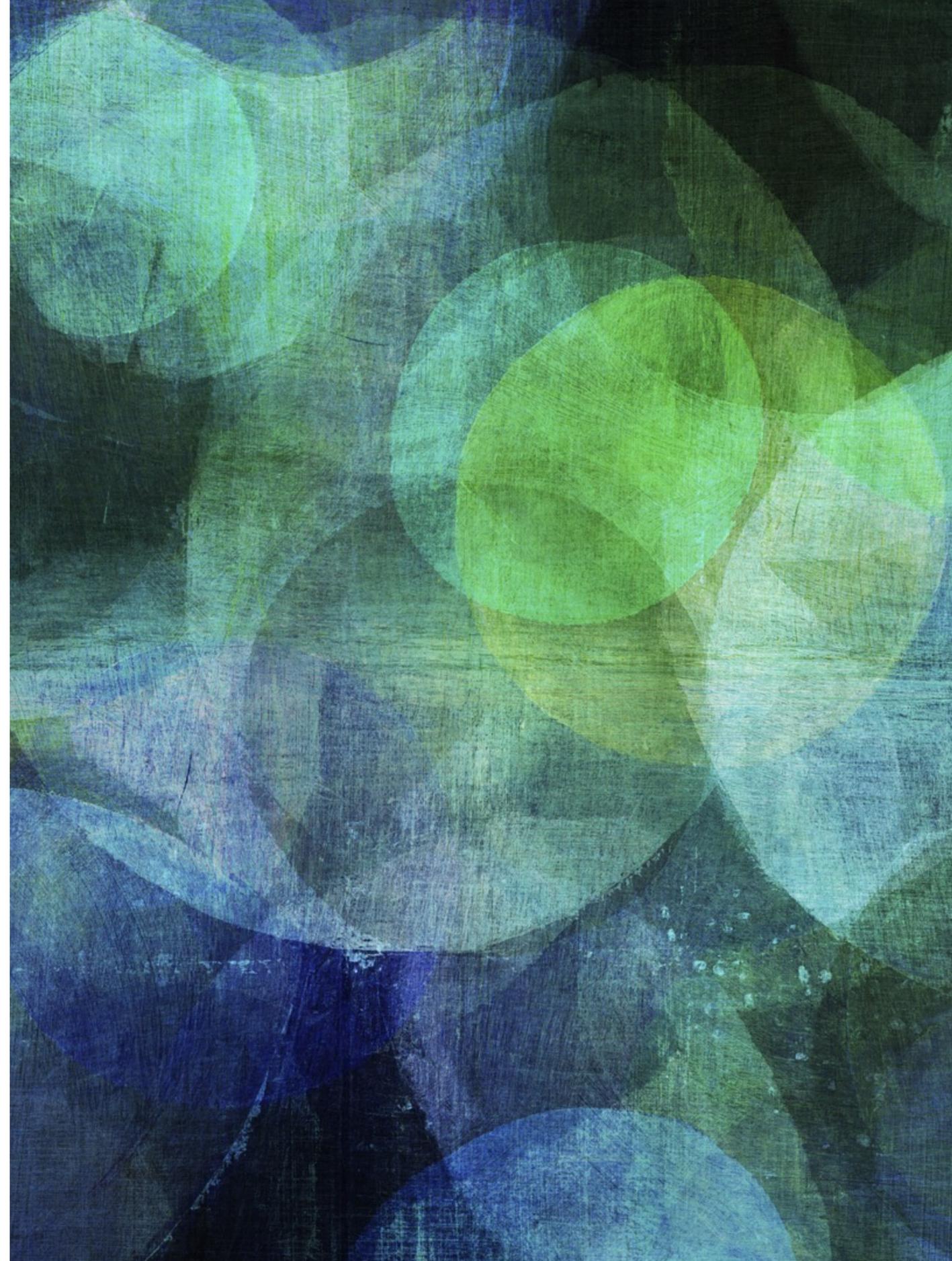


情報提供のための武器

- ▶ **動画**
- ▶ **ネット経由で、対面に近い説得力と短時間で大量の情報量を提供できる**

❖ **検索キーワードに対応させて
クーポンと動画をセットして
作る**

どういった動画を作るか？

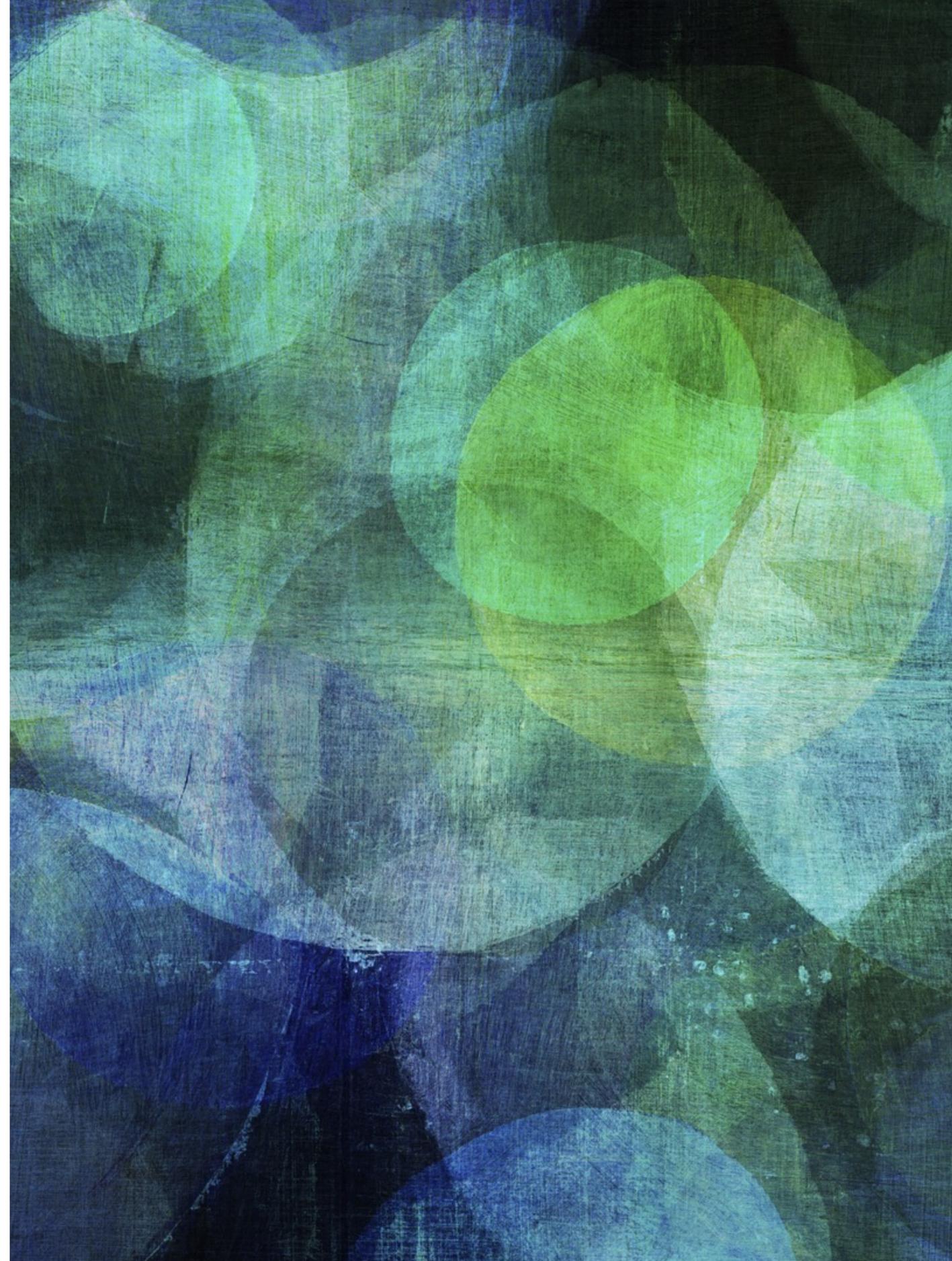


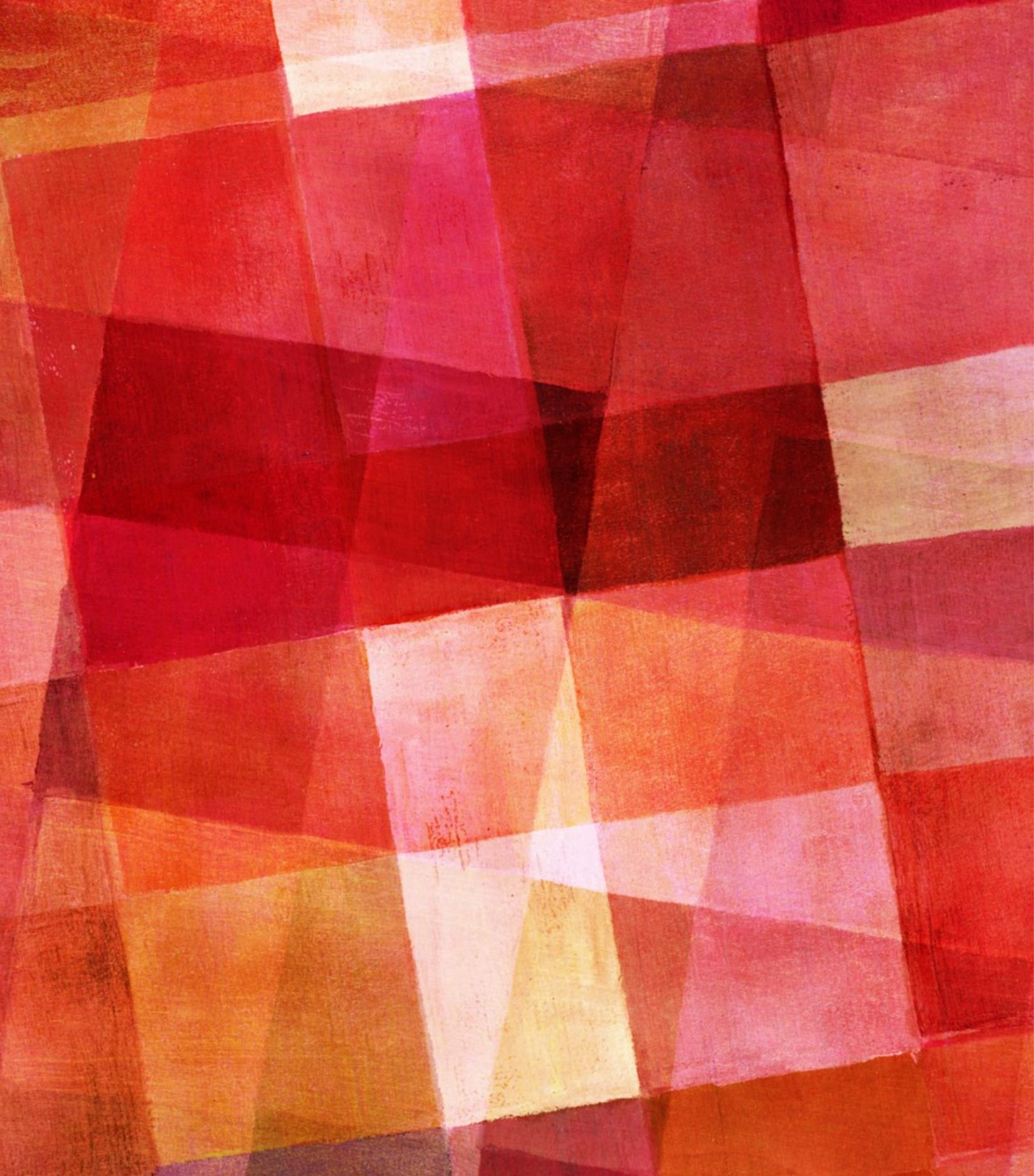
誘導するページはキーワードごと

- ▶ 現実には全て同じページ、例えばトップページに誘導しているケースが多い
- ▶ それぞれ、ランチを紹介したページ、パーティーについて説明したページにそれぞれ誘導した場合と比較すればどちらが反応がいいでしょうか？

- ❖ 「ランチ」 ⇒ ランチ半額クーポン
- ❖ 「パーティー」 ⇒ パーティー用ビンゴプレゼント

クーポン





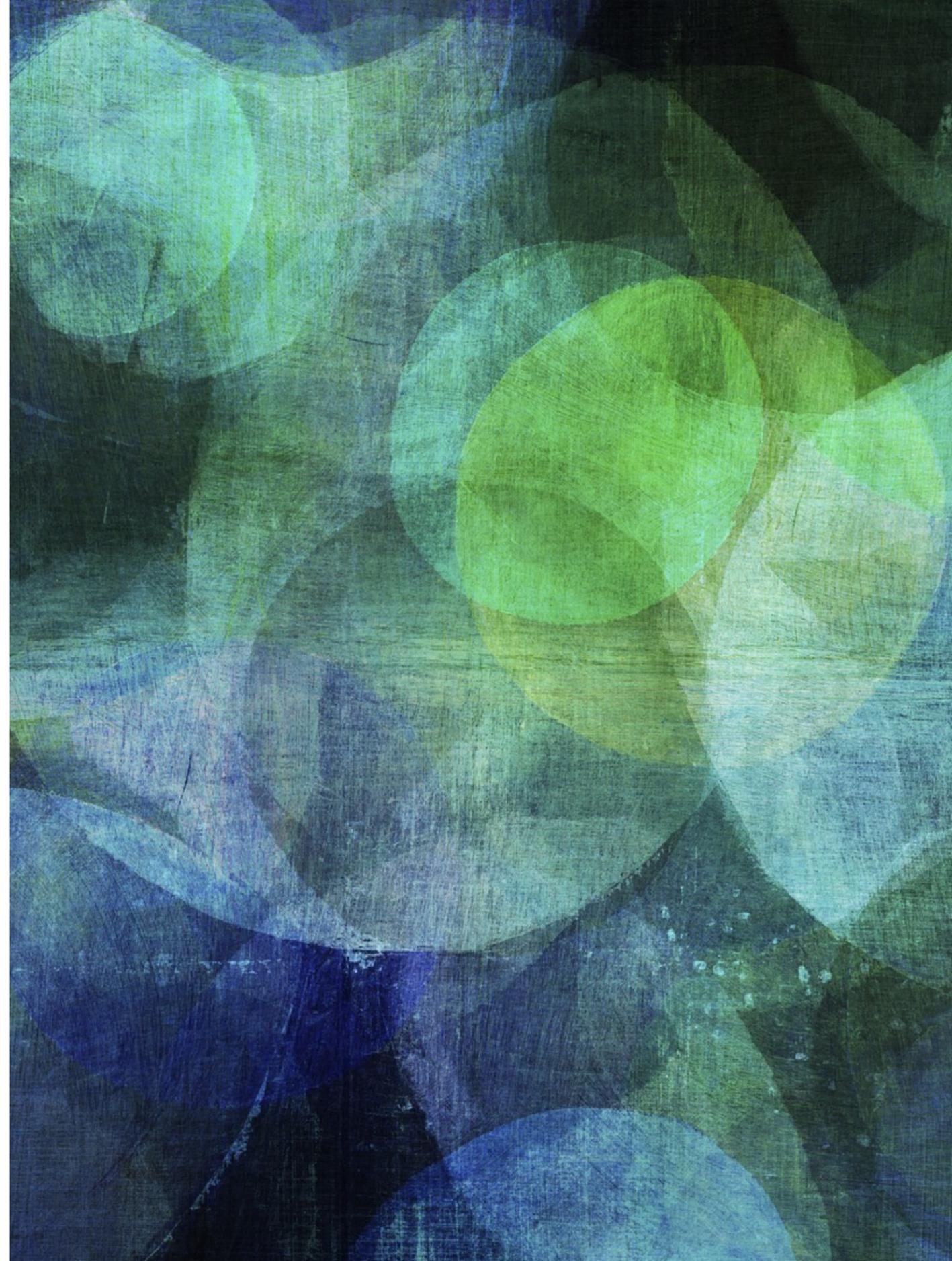
動画

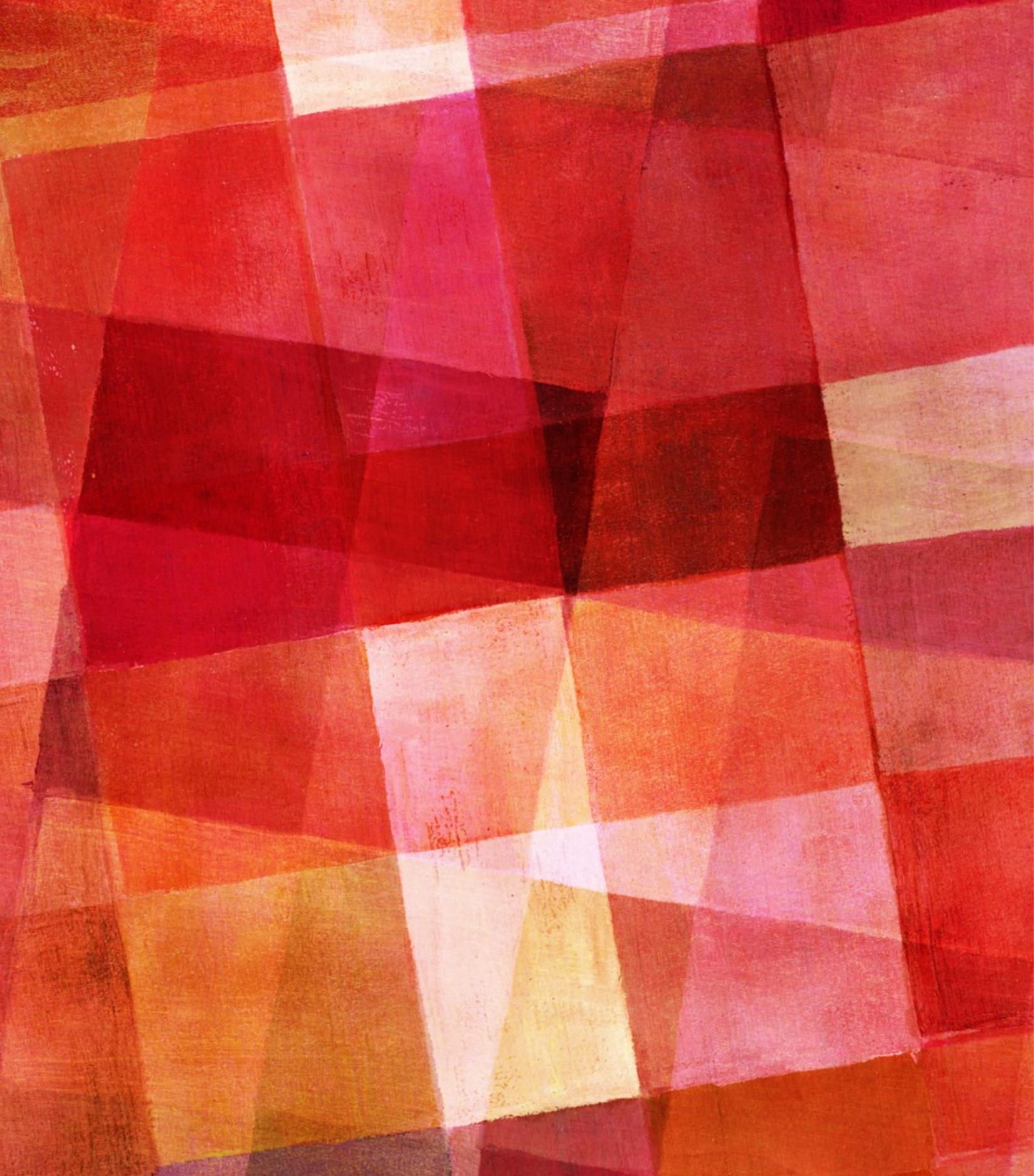
- ▶ **ランチメニューについて店員が紹介した動画**
- ▶ **ランチを食べたお客様の声**
- ▶ **パーティーの場合は、実際のパーティー風景など**

**どうやって動画を撮影・編集するのか、
「そんな難しいことはできない」と思
わたなら、それは誤解です。**

- ❖ アプリ「iMovie」
- ❖ マイク
- ❖ 後はお金はかからない

iPhoneをお持ちなら



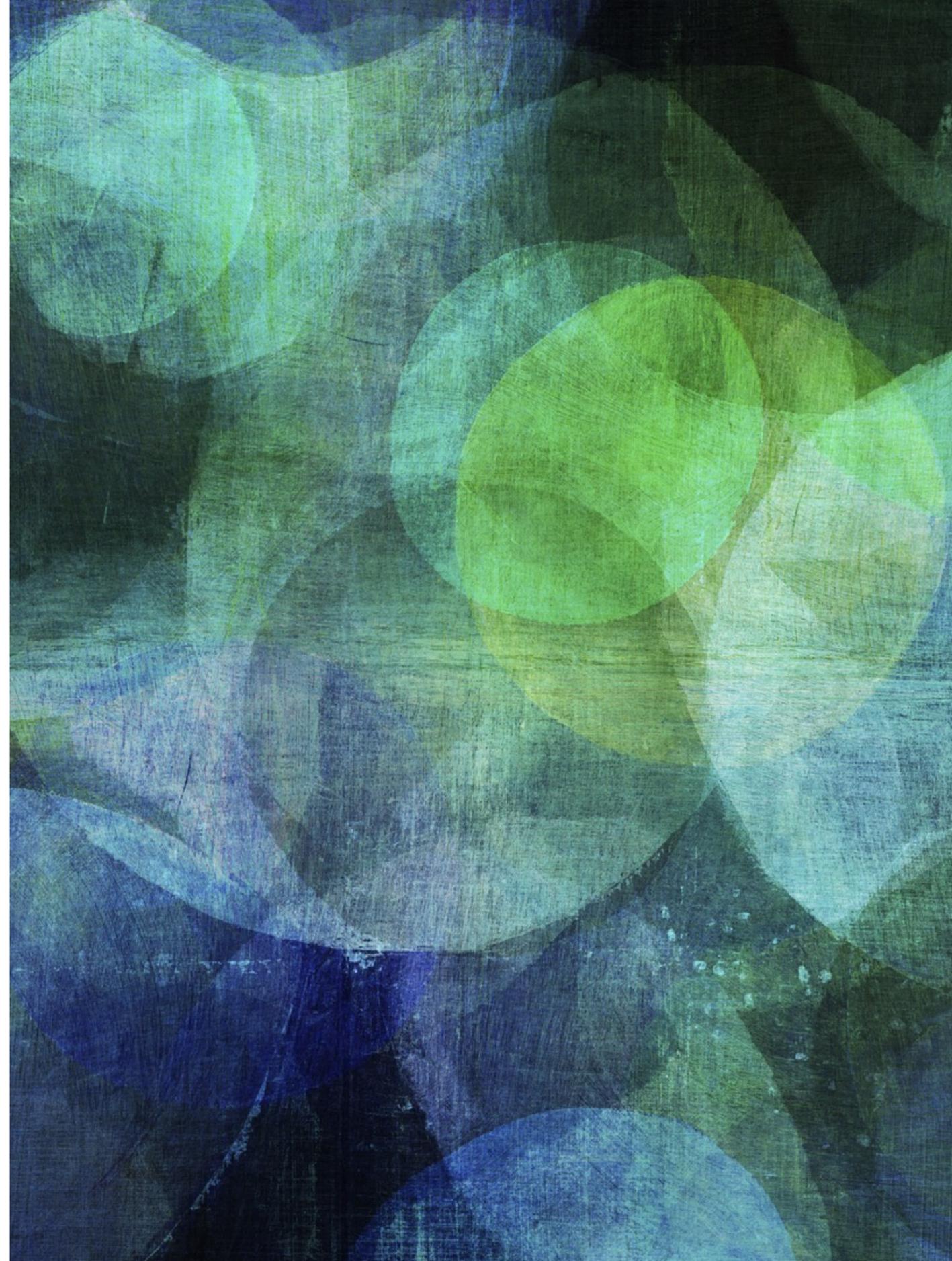


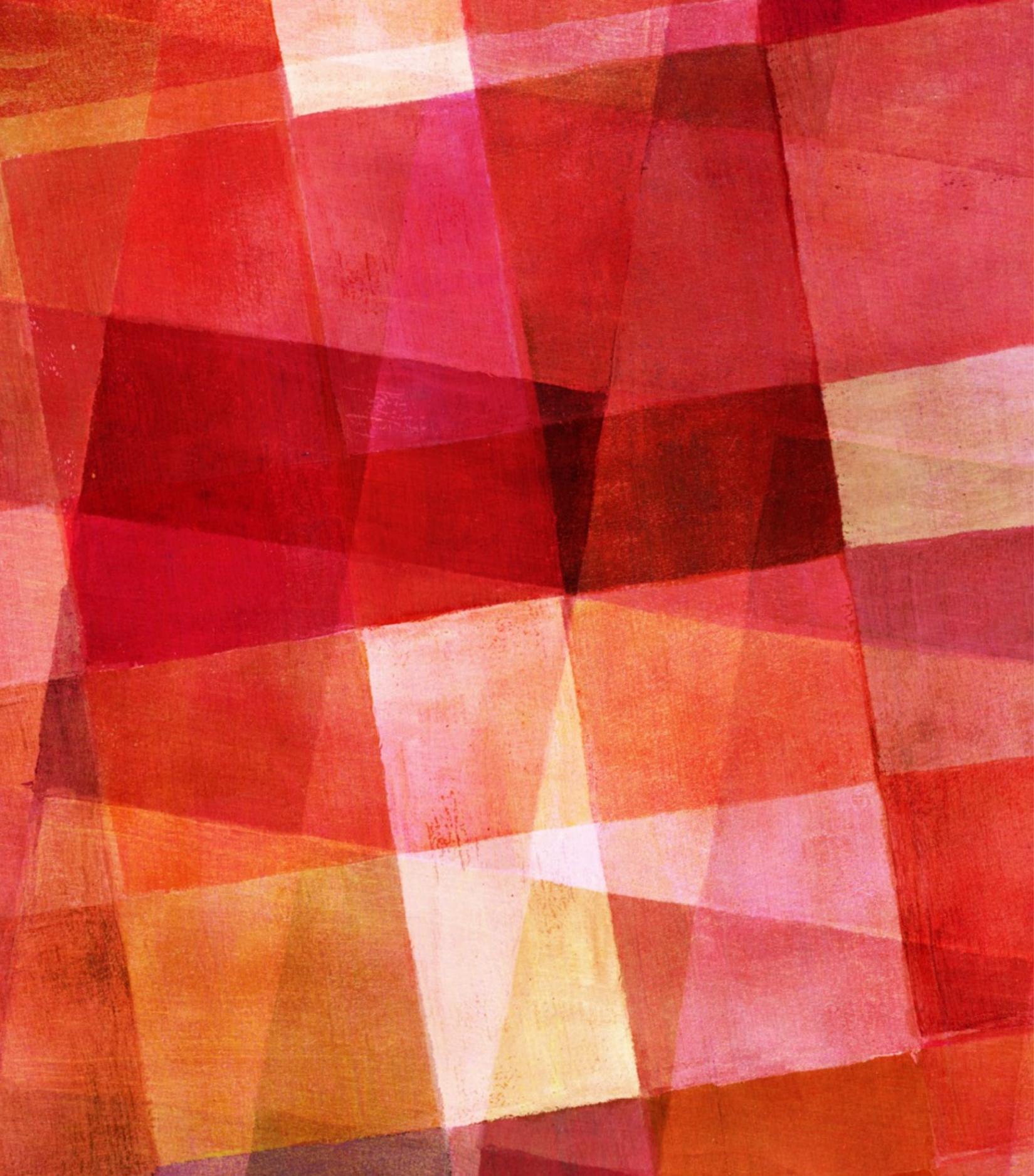
WEBSITEに用意しておくといい動画

- ❖ お客様の声
- ❖ メニューの紹介
- ❖ キャンペーンを紹介など

- ❖ **お客さんが決断するために必要としている情報を伝える**
- ❖ **アウトプットすれば改善すべきポイントも分かってきて結果がでる**
- ❖ **始めるのを躊躇していると何も分からない**

基本はお客様の満足





後はシンプル

- ▶ **Webページに、アクセスを流し込むだけ**
- ▶ **この段階になってくると重要になってくるのは数字**
- ▶ **重要なのは、反応率や広告に使うべき金額など**

- ❖ **コメント欄に、前回と同様に、(1)今日学んで得られた知識を書き込んでください。**
- ❖ **(2)動画を撮る際に心理的な抵抗で、具体的にどんな理由で手を止まってしまうそうか？**
- ❖ **プレゼントは『iPhoneを使った動画の作り方』マニュアル (iPhoneだけで撮影・編集・アップまでを完了させる方法をまとめた内容)**

今日もプレゼントがございます

