

事例2 YouTube活用

3年間で売り上げ26倍!  
「YouTubeの女王」が伝授  
売り上げを伸ばす動画づくり

「Bonheur(ボヌール)」代表 松本通子氏



松本さんが経営するエステティックサロン&スクール「Bonheur(ボヌール)」



松本通子さんの著書「YouTubeの女王」

店舗情報

店名 エステティックサロン&スクール「Bonheur(ボヌール)」  
創業 2009(平成21)年  
代表者 松本通子氏  
店舗 茨城県笠間市旭町189-1  
電話 0296-78-0975  
取扱商品 エステ、アロマセラピースクール  
<http://www.salon-bonheur.net>

プロフィール  
2009年、茨城県笠間市にエステサロンを開業。東日本大震災に遭い、企業パートナーとの契約解消、顧客減少により3,000万円の借金、離婚、倒産危機に。その直後に師・菅谷信一氏から授けられた「YouTube動画戦略」によって、わずか1年足らずで経営再建に成功する。現在は、予約待ちとなったエステサロンオーナーの傍ら、講演、執筆に幅広く活躍中。

弊社のセミナーで、ここ数年提案しつづけている動画を活用した販促。実践したい思いはあっても、なかなか実行に移せないという声が多い。そこで今回は、YouTubeを利用し、動画を公開し始めてから1年後に売り上げが17.6倍、3年後には26倍まで上昇したエステティックサロン&スクール「Bonheur(ボヌール)」代表 松本通子さんが実践してきた、結果を出す動画作りのノウハウを紹介する。再生回数65万回以上、動画で売り上げを伸ばした「販促につながる動画の作り方」と「再生回数を伸ばす工夫」とは?

製品の魅力がダイレクトに伝わる動画を作ろう!

松本さんの成功事例のひとつに「シワ・たるみ解消法・お風呂で乾燥しらず肌」という動画がある(右ページ:成功事例1参照)。松本さんのエステサロンで販売している、お風呂用「顔のパック剤」の使い方を紹介する動画だ。松本さんは、製品の使用方法や効果をダイレクトに伝えるため、裸でバスタ

ルを巻き、バスタブに入ってパック剤を使っているシーンを撮影。その動画をYouTubeにアップしたところ、使っていた製品が1週間で完売したという。この動画の成功ポイントは「映像のインパクト」「プロのエステティシャンによる使い方説明」「使用前後の肌の違いを確認できる」ことにある。「サロンの一室で撮影したのでは、これだけの反響はなかったかもしれません」と松本さんは語る。製品の魅力がダイレクトに伝わる動画づくりが、売り上げにつながるという好例だ。

まずは投稿数を増やす  
仕上がりは60%で問題ない!

動画撮影に二の足を踏んだり、数回投稿して止めてしまう要因のひとつが、動画の質へのこだわりだろう。松本さんが公開している動画を見ると、10分以上の動画もあるが、5分以内の短いものが多い。撮影した動画は、ほぼ撮りっぱなしの状態、編集には5分程度しかかけないという。質よりも量を大切にしているのだ。ネッ

ト上の露出を増やすためには、アクセスされる機会をどれだけ増やせるかが重要。それにはたくさんの動画を投稿したほうが、アクセスされやすくなる。10分間の動画を撮影して、1分の動画にカットすれば、1回の撮影で10本の動画が作れる。撮影と簡単な編集はスマートフォン1台あればいい。「投稿することが大切。仕上がりは60%で問題ありません」(松本さん)

お客さまの困りごとを動画にしてアクセスを増やす

動画作りのポイントについて聞かれたとき、松本さんは「まず、ターゲットを決めてください」とアドバイスしている。宝飾店なら「ブライダル」、呉服店なら「振袖」というようにターゲットを決めて彼らの「困りごと」をテーマにした動画を作る。例えばブライダルなら「当店の人気婚約指輪&結婚指輪」を選び方のポイントとともに紹介、呉服店なら「振袖を着たときの立居振舞い」など見込客となるターゲットにとって役立つ情報を投稿することで、店への親和性が高まり来店へとつながる。動画を公開することで、疑問や困りごとを解決できる店頭スタッフが24時間お客さまの対応をするのと同様の効果が生まれるのだ。事実、松本さんが投稿したセルフマッサージの動画を見て「とてもわかりやすい動画でしたが、実際プロの手でケアしてもらいたい」と他県から来店したお客さまがいたという。

【成功事例1】アイデアで差別化!



シワ・たるみの解消法・お風呂で乾燥しらず肌【エステサロン・笠間・水戸】

【成功事例2】困りごとをタイトルにして再生回数52万回!



脚・太もものセルフマッサージやり方・自分でリンパ【エステサロン・笠間・水戸・つくば】

アクセス増のカギはタイトルのつけ方にあり!

たくさん投稿しても、検索されなければウェブ上に存在しないのと同じだ。そこで重要なのが、タイトルにつける「キーワード」の選び方。松本さんが良い例と悪い例を挙げてくださったので、ここで紹介しよう。

【良い例】

足やせ・ダイエット・エステボディ<エステサロン・笠間>

【悪い例】

リンパのことなら当店へおまかせください

良い例はお客さまの困りごと、店のジャンル、エリアをタイトルに

入れている(写真上:成功事例2参照)。キーワードは複数羅列したほうが、検索されやすくなる。「さらに気をつけたいのはプロしか使わないワードをタイトルに入れないことです」(松本さん)

例えばプロのエステティシャンでは「おしりの下」を「臀部」というが、臀部では検索されにくい。このような表現は見落としがちなので、注意しておきたい。

まずは動画を作り、投稿すること。動画作りのテーマは、お客さまの「困りごと」の解決。撮影、編集にかかる時間を決める。それが継続できる秘訣だ。

(文責・加藤早苗)