



**回数券、継続課金を使わず
月の売上300万円突破する
5つのステップ**

1人で売上300万円？

そんなうまい話しなんかあるわけないよ。

しかも回数券も継続課金も使わずに？

あなたもそう思ったかもしれません。

しかし、実際に私が回数券、継続課金を使わず、週休2日で売上を300万円（税抜）で達成しています。

だから嘘ではないんですよ。

このタイトルに興味を持って、少しでも売上を上げてみたい。。

と思ったのであれば最後までお読みになってください。

飛び道具的な事は一切せず、積み重ねて行けばきっと達成できる数字です。

私が実際に300万円以上の売上を作ったやり方を5つのステップに分けてお話をします。

回数券、継続課金を使わず月の売り上げを300万円突破する5つのステップ

その内容とは？

- ①単価のコントロール
- ②施術枠のコントロール
- ③営業日数のコントロール
- ④リピートのコントロール
- ⑤新規集客のコントロール

私がやった事は上記5つのみです。

順に説明をしていきますので、まず1番最初は売上の公式を知っていただきたいです。

あなたは売り上げの公式をご存知でしょうか？

治療院の売上の公式

知っている方も多いかもしれませんが、売上の公式は

客数×単価×頻度

この3つを合わせて売上が構成されます。

1つずつ解説をします。

客数

1ヵ月間に何名の名前の数があるのか。

というのが客数です。

保険を使っているところであれば、カルテの枚数と考えてもらっても構いません。

単価

治療院によっては物販を販売しているところもありますが、可能であれば治療と物販は別々で考えてください。

ここでは物販は入れずに考えて下さい。

初診料と2回目以降の金額が違うところがほとんどだと思います。

初回割引をしているところ、初診料を頂いているところ。

バラバラだとは思いますが、平均額を取るようにしましょう。

頻度

1人の患者さんが1ヵ月間に何回きたのかで計算をします。

以上3つの数字を掛け算ですると売上が出されます。

売上を上げるときには、この3つの中のどれにフォーカスするかによって変わってきます。

例えば

客数100人 × 単価6,000円 × 頻度 2回 = 120万円

こんな感じです。

(物販の売上は少しややこしくなるので、ここでは割愛します)

売上の公式を理解した上で、今からお話しする5つの施策を試していただければよりわかりやすくなります。

気合と根性で売上を作るのではなく、一番最初に数字を作るところから始めていきます。

売上300万円を突破する施策その1 単価のコントロール

売り上げを構成する中で1番インパクトがあるのが

単価

1万円の売り上げを上げようと思った時に、

1000円の商品を10人に売ると

1万円の商品を1人に売る

両方とも結果的には同じ1万円になります。

さてここで1つ質問です。

1000円の商品を10人に売ると、1万円の商品を1人で売るとどちらの方が難しいでしょうか？

実は10人に売るよりも1人の方に売った方が労力も時間も少なくて簡単です。

これをまず前提に置いて今からするお話を聞いてください。

10人分の対応よりも1人に集中した方が労力が少なくなるので、結果的にサービスレベルが上がります。

単価のコントロール

あなたの治療院が1ヶ月フル稼働した際、最高売り上げはいくらになりますか？

単価を設定する上で非常に重要な質問となります。

1つの例文を挙げてお話をします。

1ヵ月の日にちが31日あるとしましょう。

1ヵ月間のお休みが8日間あるとします。

(週休2日で考える)

実際の稼働日数は23日です。

1日の労働時間を8時間と考えます。

1人の患者さんを見るのに1枠30分で考えます。

1日で最大16人見れます。

1人の治療の単価を6600円とします

1日最大の売り上げが16人× 6600円なので105,600円となります。

23日稼働なので105,600円× 23日= 2,428,000円というのが最大の売り上げとなります。

毎日すべての予約が埋まると言うのはかなり考えにくいです。と言うことで稼働率は60%から70%で次は考えていきます。

6割稼働

$2,428,000円 \times 0.6 = 14,568,000円$

7割稼働

$2,428,000円 \times 0.7 = 1,699,600円$

と言う計算になります。

上記で計算した際毎日7割稼働で働くと月の売り上げが1,500,000を超えることがわかります。

今お話ししたのはモデルケースですが、ここから単価をコントロールしていきます。

次に2つ挙げるのが5500円のケースと7700円のケースで考えます。

5,500円のケース

$5,500円 \times 16人 = 88,000円$

$88,000円 \times 22日 = 1,936,000円$

6割稼働

$1,936,000\text{円} \times 0.6 = 1,161,600\text{円}$

7割稼働

$1,936,000\text{円} \times 0.7 = 1,355,200\text{円}$

単価の平均が5500円だと適正な稼働率にすると1,500,000円には届きません。

7,700円のケース

$7,700\text{円} \times 16\text{人} = 123,200\text{円}$

$123,200\text{円} \times 22\text{日} = 2710400\text{円}$

6割稼働

$2710400\text{円} \times 0.6 = 1626240\text{円}$

7割稼働

$2710400\text{円} \times 0.7 = 1,897,280\text{円}$

この状態だと6割稼働でも1,500,000円を超えますね。

6,600円を基準に単価を1000円あげただけでもこれだけの大きな売りに差が出ます。

単価がどれだけ売りに貢献するのかこれでよくわかったと思います。

頻度と客数をコントロールするよりも単価をコントロールする方がよほど簡単です。

多売薄利で行くのがか、1日人数限定でしっかりと治療するのかあなたならどちらを選びますか？

ちなみに私の治療費は1回9800円です。

1人治療院で月の売上300万円を達成するためにあなたの必要な単価をまずは計算してみてください。

単価を上げるのが難しいと言う方は、次の施術枠のコントロールをご覧ください。

売上300万円を突破する施策その2 施術枠のコントロール

次にお話をするのが施術の枠についてです。

1日で最大患者さんが何人見ることができるのかという指標で考えてください。

先ほど1日の労働時間を8時間、施術の枠を30分でお話をしました。

単価が同じでも労働時間と枠が広がれば必然的に売り上げの最大値は上がります

あなたが施術の枠を何分単位でとっているのか分かりませんが、基本的には30分で1枠で計算をします。

1枠40分で考えると8時間労働になると1日の労働時間は480分になります。

人数で計算すると1日最高で12人。

30分の枠だと16人見れるけども40分の枠だと4人の方が見れない状況になります。

月の稼働日数を23日で考えると1ヶ月で92人の患者さんを見ることができなくなってしまいます。

平均単価6600円で 92人見れなくなるという事は売り上げで考えると607,200円下がると言うことになります。

枠の重要性が分かりましたでしょうか？

たった10分間変えるだけでこれだけのインパクトがあります。

20分1枠で考えると？

1人20分間で1時間3枠取れると言う事は1日で24人見ることができます。

売り上げで言うと24人×6600円で、1日158,400円の売り上げになります。

単価6600円で1時間2枠だと最大105,600円。

差額で言うと52,800円です。

これだけで月に換算すると1,214,400円の差額が生まれます。

時間と枠って凄いいと思いませんか？

同じ8時間の労働時間にもかかわらず100万円以上の差が生まれてしまうということです。

6600円で1時間に3人見れる計算で月の最高売上を出してみましよう。

$6600円 \times 24人 \times 23日 = 3,643,200円$ 。

この時点で月の売り上げ300万円を超えることができるようになりました。

これが枠の重要性です。

時は金成といいますが、本当にその通りです。

単価のコントロールと枠のコントロール。

両方とも行うのが1番理想的ですが、このように少し変えるだけでインパクトがかなり変わります。

これは治療院をする上で本当に大切な指標になるので必ずあなたの現状把握から行ってみて下さい。

売上300万円を突破する施策その3 営業日数のコントロール

枠、単価はご理解頂けましたか？

次は営業日数についてお話をします。

営業日数をコントロールする事で、売上のコントロール方法についてお話をします。

基本的な考え方は同じですが、毎月31日まであるわけではないです。

1年間で一番少ないのが2月。

28日しかありません。（閏年は除く）

後は年末年始、お盆、ゴールデンウィーク、シルバーウィーク

12月、5月、8月、9月

大型連休があります。

休みが多いときと少ない時とあるので営業日数のコントロールをしなければいけません。

営業日数で売上げ左右されるのはある程度仕方がないことです。

すべてを同じように営業する必要はありませんが、マーケティングの基本としては

売上が高いところに集中してマーケティングをし売上が低いところは準備期間として考える

これが基本的な考え方とします。

私がオススメをしているのが

平日フリーで休みを取ることに

多くの所では土曜日が半日、水曜日もしくは木曜日が半日合わせて1日扱い。

それと日曜日祝日。

というのが多いと思います。

このやり方が決して悪いと言うわけではありませんが、祝日が多いとその分だけ営業日数が減ってしまいます。

少しだけ例え話をします。

例えばバレンタインのチョコレート。

一番売上が多いのは2月です。

ホワイトデーよりもやはりバレンタインの方が売り上げは上昇します。

そこにマーケティングの費用、人件費全て投入します。

わざわざ8月にしません。

8月は特にイベントはありません。

これと同じで

売上が上がるところで売上を取る

その為に休みもフリーにするのが理想的です。

私の場合日曜日と祝祭日はお休み。

平日はあらかじめ休みを決めてバラバラにする。

と言う型です。

営業日数関係なく休むことができます。

売上が高い月に関しては休みを減らし、売り上げが少ないときには休みを増やす。

- ・売上が高いときには仕事に集中する
- ・売上が低いときには準備と遊びに集中する

こんなふうメリハリをつけると仕事にも精が出ます。

と言うふうに1年間の中でも変動があります。

これを踏まえて営業日数を変えていきます。

前年の売上を比べて営業日数のコントロールをすると比較的売り上げも安定する傾向にあります。

何度も言いますが

売上が高いところに集中して伸ばすこと

この考え方はすごく大切です。

ここまで3つの施策をお話ししましたが、売上が300万円の施策はこの3つでほとんど決まります。

- ・単価の問題
- ・枠の問題
- ・営業日数の問題

全てをコントロールした上で治療院で売上300万円は達成できます。

決して絵空事ではありません。

また、現在治療院には回数券と継続課金、プリペイドカード等が流行っています。

正直回数券とプリペイドカードで月の売上300万円を達成していると言うのは実際の売上ではありません。

治療もしていないのに先に売上だけが立っているからです。

回数券とプリペイドカードがだめなわけでは無いですが、売上ベースで見るのではなく治療した発生ベースで見る方がいいですね。

30日に治療をして回数券が売れる。

手元に10万円入るけれども残りの回数は10回ある。

これは単純に利益を先取りしているだけです。

回数券はあくまでも1つの売り方です。

正直回数券を販売して売上300万円はちょっと違いますよね。

こちらはまた別の機会にでもお話をさせて貰います。

リピートと新規集客の話は次にしますが、ここまでの段階で数字の設定をしなければいけません。

もしかしたらあなた自身の施術の枠を変えなければいけないかもしれません。

単価を上げる必要があるかもしれません。

まずは今の現状をしてどのような対策を取るのかを知ることが必要です。

一度この段階で一度手を止めて計算してみてください。

正しく数字を理解して、数字を作る様にして下さい。

売上300万円を突破する施策その4リピートのコントロール

リピートは永遠のテーマかもしれません。

たくさんのセミナーもありますしいろいろなDVDなんかも売っています。

リピートを向上させる事は治療院ビジネスにとっては1番の肝となります。

リピートの基準は2回目リピート率80%以上

6回目リピート率60%以上。

経営者である以上、この数字は絶対に達成しなければいけません。

どれだけ新規集客を頑張っても、リピートがだだ漏れになってしまうと売上はいつまでたっても安定することができません。

必ずリピート率は向上させる必要があります。

そこで1番大きな考え方としてリピートトークはもちろん大事なのですが、もっと大事なのが

誰をあなたの顧客とするのか

ここを徹底的に考えて、次の話をする新規集客をしなければいけません。

- ・安いからなんとなく来ちゃった
- ・前を通りかかったので
- ・ここ保険効くんでしょ？

と言うような方を中心に新規集客をすると集客の数は多いかもしれません。

しかし、どれだけリピートトークを磨いてもリピート率は上がりません。

なぜならば

あなたに見て欲しいから来ました

と言うわけではなく、たまたまだからです。

これを解決する方法が1つあります。

それが

- **あなたの見たくない患者さんと**
- **見たくない患者さんを全て紙に書き出します**

この作業は絶対に必要なので行うようにしましょう。

何がしたかと言うと、

誰のためにあなたの治療院を作るのか？

ここにつきます。

この作業は面倒なことかもしれないですが、必ず行うことであなたのターゲットが見つかります。

是非やって下さい。

ここから実践の入りますが、診たい患者さんに

安い金額で文句しか言わない患者さん

とは書きませんよね。

ここは自分の欲求は関係なく本当に診たい方と診たくない方だけを書くようにしてください。

誰もその答えを見ませんのでめちゃくちゃに書いても大丈夫です。

まずは診たい患者さんから書き出してみましょう。

5分間ほど頭を練って頑張ってください。

後から追記しても問題はありませんので思い浮かぶ見たくない患者さんを全て書き出しましょう。

それが終われば今度は反対に

あなたが付き合いたい患者さんをわがままを承知でたくさん書いてみましょう。

ここも先ほどと同じように好き放題書いてもらって結構です。

同じように5分ほどしっかりと書き綴ってください。

いかがでしょうか？

今あなたはいくつか見たくない患者さんについて書いたと思います。

ここからが大切なのですが、

診たくない患者さんを遠ざけて、診たい患者さんが来やすくなる導線を作る

という事です。

例えば安くて時間が守れなく、文句が言う人は嫌なのであれば

金額を通常より高め、完全予約制、時間のマッサージではなく治すための治療

こんな感じだと上記の方は自分の期待とは違うので来ません。

逆に

- ・自分の体にしっかりと投資をする
- ・時間を大切にしたい

と言う方がいらっしゃる可能性が出てきます。

と言う事は自動的にリピート率が向上する可能性が考えられます。

誰を相手にするかで大きく変わるのがとても重要なところです。

こんな風に

診たい患者さんがきてくれるために何をすればいいのか？

これを考えて行けば自動的にリピート率は上がります。

とは言え、リピートトークを蔑ろにしてもいいわけではありません。

ここからリピートの基本である5つのステップをご紹介します。

リピートを取るための基本。5つのステップ

- ①問題点を聞き出す
- ②治療を受けることによってどのような未来を手に入れたいのかを聞き出す
- ③治療を行い未来をイメージしてもらう
- ④続けていくことができるのかの確認
- ⑤次回の案内を提案

以上が5つのステップです。

①問題点を聞き出す

問題点と言うのは腰が痛いとか肩が凝ると言うものではありません。

腰が痛くて困っている方はいません肩が凝って困っている人はいません。

腰が痛くて仕事にならず悩んでいる方はいるかもしれません。

肩が極端に凝り、痛み止めがかかせない位頭痛があり、普段の生活に差し支えがある。

と言うことで悩んでいる方はいるかもしれません。

問題点=症状と考えている方もいらっしゃるかもしれませんが

症状があることで日常何が困るのか

と言うことにフォーカスをして問題点を聞き出す必要があります。

またもう一つの不安感として

このまま放置をしておくとどんどん悪くなってしまわないか？

と言う将来の不安を持っている方もいます。

1番初めに問題点を聞き出して、あなたの治療院を訪れることで何を解決したいかを聞き出すことが1番最初です。

一度例文を書かせて頂きます。

施『今日はどんな事で悩まれていますか？』

患『少し前から腰が痛くて今回こさせていただきました。』

施『少し前とはいつくらいからですか？』

患『3ヶ月前くらいからです』

施『なるほど。3ヶ月前からですね。今まで何か対策ってしてきましたか？』

患『自分なりにストレッチや体操をしました』

施『なるほど。それでもこちらに来られたって事は普段どんなことに悩まれているのですか？』

患『自分でストレッチしても効果が出なかったし、以前よりも痛みが増えている気がするんです。特に朝が辛くて』

施『朝ですか。朝はどんなふうに辛いですか？』

患『朝起き上がる時に腰が痛くて時間がかかります。前はこんな事なかったんですが・・・』

大枠でお話をしましたが、イメージとしてはこんな感じです。

腰が痛いには変わりないですが

- ・以前よりも痛みが増してきた
- ・ストレッチをしても変化がない
- ・朝起き上がる際に腰が痛くて毎日辛い。以前はこんな事なかったのに

これが問題点の深掘です。

ここまで聞いてよくやく患者さんの求めているものが分かります。

まだ先はあるのでここままで次のステップに行きます。

②治療を受けることでどのような未来を求めるのか？

先程の続きで考えていきましょう。

問題点を聞いた後

治療を受けることでどのようなことを期待するのか

と言うことも聞く必要があります。

毎朝起き上がる際に腰が痛くて、辛くて困っている

のがこの方の悩みですね。

そこにもう一段聞いていきます。

施『そしたら一番今困っていて治したいのが、朝起き上がる際にとっても腰が痛くて辛い。それを治したと言う事でお間違いないですか？』

ここではいであればそれでいいです。

しかし、よく違う方がいます。

患『勿論そうなんです、毎日運動で走っていたんですが、それができないのが辛くて』

施『なるほど。運動の目的って何かありますか？』

患『体重コントロールしたくて毎日走っていたんですがこれができないのが嫌で』

ここまですぐと分かりますか？

最初と全然違うのが。

これが問診をする上で重要な部分なんです。

冒頭にも話をしたように腰痛で悩んで腰痛を治したいと言う方はいらっしゃいません。

その先にあるものを手に入れたいからこそ治療院でお金を払ってまで受けたいと思うわけ
です。

何となくイメージできてきたでしょうか？

③治療を行い未来をイメージしてもらう

次の段階として検査を行い、その方に悪いところを認識をしてもらう段階です。

実際には治療を行って痛みを改善させたり、ビフォーアフターを取ったりする部分です。

ここでの1番の目的は

あなたに治療してもらうと症状が改善するかもしれない。

と言うふうに思ってもらうことです。

治るイメージです。

治療して痛みを改善させたり、ビフォーアフターを取ったとしても1回で全て改善すると言
うのは現実的には難しいです。

と言う事は、ある程度未来の投資をしてもらわなければ治療と言うのは継続できないわけです。

そのイメージをしてもらうために痛みを変化させたりビフォーアフターを取ります。

続ければ良くなる。

と言うことを知ってもらうためだと考えてください。

ただしあくまでも主語はその方が治したい部分にフォーカスをします。

先程の例文でお話をすると

『朝起き上がるのがとても辛い。それを治せるとともに、今まで運動していたことをもう一度できる体にしたい』

これがこの方の欲求になります。

俺は1回で全て治せるで。

という方はこの部分はなくてもいいかもしれません。

そもそもそういう方はリピートと言う概念がなくても1回で終わると思います。

④続けていくことができるのかの確認

続けていく際には

- ・ 頻度の問題
- ・ 金額の問題

があります。

どれだけ良い治療だとしても片道5時間もかかります。

となれば通うのは現実的に難しいです。

私ところでもYouTubeなどを見て東京などからいらっしゃいますが、1週間に1回きましよう。

と話しても現実的にずっとは難しいです。

どれだけおいしい飲食店でも5時間かけて1週間に1回行けるかと言われれば疑問が湧きません。

それと同じようにあなたが提案する頻度で実際に続けることができるかを素直に聞いていきます。

そして、もう一つのハードルが金額。

- ・人の財布は気にする必要はありません。
- ・商品が良ければ高くても売れる

と言うのは間違っていないです。

しかし現実問題、1回の治療費がとんでもない位の金額だと人はためらったりするのが正直なところです。

1回の治療が10万円します。

10回通わなければいけません。

合計100万円かかります。

こんな治療はほとんどないかもしれませんが金額の大小はあれど、払える金額、払えない金額と言うのはここにあります。

そういう意味でも頻度、料金含めて確認をする必要があります。

私が普段使っている一例を話します。

施『先程ご説明ささしてもらった通り痛みは改善するのでご安心下さい』

患『安心しました。ありがとうございます。』

施『次に頻度の案内と金額の説明させていただきます』

患『お願いします』

施『今〇〇さんの症状は改善するのにある程度期間がかかります。目安ですが、半年弱位を見込んでおいて下さい。次に頻度です。初めは体の症状を安定させるために詰めてきていただきたいのです。今日が月曜日なので木曜日、金曜日、土曜日のどこかで1日にしてください。次の週には月曜日から水曜日の間で見ていただくのが1番理想的です。その後に関しては1週間に1回もしくは10日に一回のペースで治療を行っていきます。このような形で続けていきたいのですが大丈夫でしょうか?』

患『はい。大丈夫です。』

施『次に金額の話をしてしますが、ホームページに載っていた通り、1回ずつの金額が9800円となります。それもご覧になっていただいていますでしょうか?』
このような形で提案をしていきます。

提案と言うよりはどちらかと言えば確認に近いかもしれません。

確認はしっかりするのですが、あくまでも提案権がこちらで決定をする側相手です。

症状を治すための提案なので遠慮せずにしっかりと聞くようにしましょう。

もしこの段階で渋られるようなようであれば、もしかしたら問診や治療の段階検査の段階でうまくいっていない可能性があります。

⑤次回の案内を提案

先ほどのが全体のお話をしましたが、今回は次回案内のみでお話をします。

施『先ほど最初はつめてきてほしいとお話しをしましたが、今日が月曜日なので次回木曜日か金曜日もしくは土曜日のどこかで1日来れますか?』

このような形である程度指定をしていきます。

次回の予約を取らないと言う方の中には

『次にいつ来ればいいのかわからない』

そんなふうに使われている方もいらっしゃいます。

なのである程度指定をする必要があります。

休みが不規則の方もいらっしゃれば、土曜日と日曜日祝祭日、しかない方もいらっしゃいます。

現実的に毎日残業で夜も遅いと言う方もいらっしゃいます。

そこは患者さんに合わせながら最終的に提案をするようにしましょう。

以上がリピートをするのに必要な5つのステップです。

決して難しいテクニックを使っているわけではありませんが、この方法を使っていけばほとんどの場合リピートにはつながっていきます。

ここまでしっかりとお話ができるようになれば患者さんの方から

『次はいつ来たらいいですか?』

と言われるようになります。

たくさんのリピートトーク、テクニックは存在しますがどの方法でも最終的に

治療を受けることによってどのような未来を手に入れたいのか

これさえわかれば基本的にリピートしてくれる状態になります。

売上300万円を突破する施策その5 新規集客のコントロール

治療院と言うビジネスはリピートビジネス。

と言うのは理解いただけだと思います。

リピートビジネスとはいうものの、やはり新規が全くいらないと言われればそんな事はありません。

新規がいなくても経営が出来るように。

と言われていますが現実的に新規が0人では経営できません。

ある程度新規集客をしなければいけません。

新規集客には大きく分けて2つの種類があると考えてください。

- ・即効性があるもの
- ・継続的に行うべきこと

の2つです。

この2つの大きな違いは

- ・即効性があるもの有料のもの
- ・継続的に行うべきこと無料のもの

即効性があるもの有料のもの

ネット広告(PPC広告)

チラシ広告

地域誌(ホットペッパーなど)

継続的に行うべきこと無料のもの

YouTube

ブログ

LINEでの情報提供

簡単に言うところのこのようなものでしょうか。

その他にもありますが大きく分けたらこのような形になります。

この中で私が売り上げ300万円を達成したときに使ったものが

- ・ ホームページのネット広告（PPC広告）
- ・ YouTube集客

この2つを中心に新規集客を行っています。

今すぐ客を呼び寄せるための目的がネット広告

無料でリピート率の高い新規を集めるためにYouTube集客

両方とも組み合わせることが今後の治療院での新規集客には必須と考えています。

将来的に広告費を下げたり、無料で集客できるようにしたい。

と言うのであれば無料のYouTubeで行う継続的なものをお勧めします。

すぐに集客をして売上を上げると言うのに、無料でコツコツするようなものをしていても何も変わる事はありません。

むしろ経営的にしんどくなってしまいます。

そこに関してはある程度割り切りながら行っていく必要があります。

新規集客を増やすために必要なネット広告(PPC広告)

ネット広告(PPC広告)はとても難しいイメージがありますが、業者さんに依頼すればすぐに広告を出稿することができます。

私も自分でせず全て広告の業者さんをお願いをしています

新規集客をする際にはネット広告を使い1ヵ月安定的に15人以上の集客に成功しています。

投資するお金をかかるかもしれませんが、ほぼ確実に投資以上のリターンが入ってきます。

無料で集客をするのであればYouTube

YouTubeは本当に優秀で、しっかりと作り込んでいけば無料で集客することが可能です。

私は現在YouTubeを使い1ヵ月間10名以上継続的に集客できています。

コロナウィルスの時でも10名は切らず、安定して集客することができていました。

即効性があるわけではありませんが、継続的に続けることによって確実に集客ができる媒体でもあります。

現在多くの方がYouTubeに参入してきています。

しっかりと戦略を練る必要がありますがまだまだ集客しやすい媒体でもあります。

1本出したからすぐに集客できるわけではありません。

今から少しずつ集客できる体制を整えていくのが1番理想的です。

ブログも決して悪くないですが、2018年に行われたGoogleのアップデート。

私も実際に影響を受けましたが、今まで上位に上がっていたサイトはすべて圏外に飛ばされた経験もあります。

YouTubeと、ホームページを使った集客。

この2つをマスターすることで新規集客に困る事はほとんどなくなります。

以上の5つが300万円の売上を達成した時の行った手順です。

最後に全体をまとめさせていただきます。

売上300万円を突破する施策まとめ

単価のコントロール

単価のコントロールの所では実際に数字を出して1000円の重要性がよくわかったと思います。

ほんの少し数字が変わるだけで何十万円も変わるというのが理解いただけだと思います。

明日からいきなり単価を上げると言う事は難しいかもしれません。

単価を上げるときの基本的な考え方は

新規の方から単価を上げる

既存の方にいきなり上げると離脱する可能性があります。

しかし新規の方だと以前の金額を知っているわけではないので全く問題はありません。

新規の方からコントロールするのが一番王道でやりやすい方法です。

施術枠のコントロール

施術枠のコントロールをすることで単価を上げなくても売上が上がったのがよくわかると思います。

1時間に理想的には2枠というのが良いのですが、現在長時間見ている方にいきなり2枠だけと言うのは難しいかもしれません。

施術枠、施術時間をコントロールするときのコツは

1分間や2分間ずつ削っていく

のが1番簡単です。

普段40分で施術をしているのであれば最終目標を30分間にする。

38分から39分位で患者さんの満足度を見る。

大丈夫であれば次は37分から36分ぐらいにする。

と言うふうに少しずつ下げていきます。

少しずつ下げていくと特に患者さんも気が付きませんし施術側もそこまでの大きな罪悪感はありません。

最終的に30分間を目標にして1時間2枠取れるように意識しましょう。

私の場合は施術時間は15分から20分間。枠は30分間で1時間に2枠と言う余裕を持った治療をしています。

それがあからこそある程度余裕もあり、1日すべて予約が埋まってもそこまで大きな疲労感はありません。

営業日数のコントロール

営業日数の部分では平日の固定休ではなく、不定休と言う形をお勧めします。

絶対に不定休にしなければいけないことはありませんが、月によって営業日数の多い少ないがあります。

それによって売上が変動するので1ヵ月ごとに考えるのではなく、1年単位で売上の構成を考える必要があります。

営業日数が少ないと予約の枠が埋まっても数字がいかないということも現実にはあります。

そういうことを防ぐためにも事前に営業日数をしっかりコントロールをする必要があります。

営業日数はあなたの治療院の休日などを含めて1年間で考えましょう。

リピートのコントロール

見たい患者さんと、見たくない患者さんの選別をしてもらいました。

リピートを取る前提として、あなたの治療院を選んできた方と、たまたま見つけてきた方だったらあなたに見て欲しいと言う欲求は少なくなってしまう。

そのためにも自分自身が見たい患者さんをしっかりと把握して、それを伝えるための治療院作りをしなければいけません。

リピートのトークはもちろん必要ですがその前に誰を顧客にするのかを考える必要があります。

その上でリピートトークである5つのステップに沿って問診をしていくと確実にリピートしていただける環境が出来上がります。

新規集客のコントロール

最後に新規集客のコントロール。

新規集客には即効性のある有料版と。

ストックとして貯めていく無料版があるとお話をしました。

どちらが必要でどちらが不必要と言う話ではなく両方とも同時並行で行っていくのが理想的です。

一番理想的にお話をするとう新規集客を確実にするためにお金を払っても有料版をお勧めします。

その上で、広告費を下げる目的でYouTubeにも手を入れていく。

沢山の種類の広告がありますが、

YouTubeとホームページのネット広告（PPC広告）

の2段構えで行っていくのが一番理想的です。

売上300万円を1人治療院で出すと言うのは難しく感じるかもしれません。

しかし実際は計算をしてもらったりに設定をして、この5つの方法をとってもらおうと意外と簡単にできそうだなと感じたかもしれません。

私が今現場この方法で常に売上を上げている方法をそのままお伝えをしました。

1つでも実践してもらい結果出てもらえればそれほど嬉しい事はありません。

ぜひ参考にして実践してみてください。

今あなたはこのメルマガ、もしくはLINEに登録をして頂いていると思います。

このLINE、メルマガは、YouTubeで集客するための方法。

売上を300万円突破する為の方法を解説しています。

もし、あなたが集客は勿論、売上向上のために行うのであれば是非継続して購読して下さい。

テクニックは勿論、本質的なことも全てお伝えします、