

小さなお店の新規集客ガイド

お客さんは、どこで迷う？

このPDFは、Webガイドの要点と手書き用の実践メモです。登録不要で使えます。全部を一度に変えず、今のお店で確認することを一つ選んでみてください。

1. 集客を3つの役割で考える

見つけてもらう

近くで探す人や、まだお店を知らない人との接点をつくる。Googleマップ・検索・SNS・広告など。

選ぶための情報を届ける

初めての人が自分に合うお店か判断できるようにする。HP・料金・写真・口コミ・利用の流れなど。

問い合わせ・予約につなげる

連絡先と、その後の流れを迷わず確認できるようにする。電話・LINE・予約ページ・返信など。

2. 初めてのお客さんの目線で見ると

- ・ 自分の希望に合うサービスが分かる。
- ・ 料金の目安や、見積もりが必要な場合の流れが分かる。
- ・ 場所・対応地域・営業時間を確認できる。
- ・ 問い合わせ・予約の方法と、返信の目安が分かる。

まだHPやSNSがなくても大丈夫。紹介や看板など、今ある接点から考えられます。この確認だけで集客の原因が特定できるわけではありません。分からないことは、そのまま次に調べる項目として残します。

3. 今のお店で試す一歩を選ぶ

知ったきっかけを聞く

次に来たお客さんに「何で知っていただきましたか」と聞き、メモしてみる。

質問への答えを添える

初めてのお客さんによく聞かれる質問を一つ選び、HPやプロフィールに答えを添える。

予約先までたどる

スマホで自店の料金案内から予約先までたどり、迷った場所を一つ書き出す。

4. 試した後に、振り返る

選んだ一歩・試す日

変えたこと（いつ、どこを変えた？）

分かったこと（お客さんの反応や、聞かれたことは？）

次に確認すること（続ける？ 別の場所を見る？）

すぐに問い合わせが増えなくても、分かったことを残しましょう。自分で続けることと、支援があると助かることを分ける材料にもなります。

Webガイド：sistail.jp/resources/local-growth-checklist

試した後のヒント：sistail.jp/line/checklist

宇都宮 芳希 | 合同会社システイル

徳島を拠点に、地域の個人店へ全国オンラインで対応します。