

ブログでサロン・教室・カウンセリングの単体メニュー記事を書く流れ（基本）

業種や商品によって、順番や内容は少しずつ、変わりますが、ブログで上記の業種のメニュー記事を書く、基本の流れを解説します。サロンを例にしていますが、他の業種でも、基本は同じ流れです。

まず、お客さま、読者さんは、7つの「NOT」を乗り越えて、初めてお越しになります。

- 1：見ない、開かない（Not Open）
- 2：読まない（Not Read）
- 3：信じない（Not Believe）
- 4：考えない（Not Think）
- 5：理解しない（Not Understand）
- 6：記憶に残らない（Not Remember）
- 7：行動しない（Not Act）

ということは、その順番で説明をしていく必要があるのですね。そこで、サロンメニュー記事の場合を例に解説します。（ ）は書く意味です。

参考例：群馬県渋川市のフェイシャルエステ「リノア」高橋のりこさん

<https://ameblo.jp/7777kirakira/entry-12633384717.html>

なおこの資料は、単体メニュー記事の解説です。まとめ記事は、また別です。

● 記事タイトル

「なんとかメニューのご案内」では、すでに行きたいと思っている人しか開きません。
「どういう人がどうなるなんとか」にしましょう！

お客さまの未来を見せる、魅力的なタイトルで、「開かない、見ない」を超える

魅力的な表現とは、「スッキリする」ではなく「羽が生えたように軽くなる」のように、比喻や副詞、形容詞などを使ってイメージできる表現です。

（例）

- × リラクゼーションメニュー
- 全身が軽やかになる贅沢リラクゼーションメニュー
- × 痩身エステメニュー
- 3ヶ月でウェストマイナス5センチ！プレミアム痩身エステ
- × 産後矯正コース
- 産後のつらい腰痛がラクになる！産後矯正コース

● 本文

名乗ってあいさつ

こういう人がこうなれる施術を行っています。

あなたもこうなれますよ！（未来を見せる）3つか5つ **「読まない」を超える**

【カウンセリング風景写真】（安心感を伝える）

こういう人が、こうなれます！3つか5つ **「読まない」を超える**

例えば、こんな喜びの声が、届いていますよ。（証明する）

または

施術を受けられたお客様の变化を、ご紹介しますね。（証明する）**「信じない」を超える**

【枠囲み感想】3つか5つ

または

【ビフォーアフター写真】3つか5つ

あなたもこうなれますよ！（未来を見せる）**何度も書いて「記憶に残らない」を超える**

それでは、施術の流れを、ご説明しますね。**流れを見せて「考えない」を超える**

1. カウンセリング

.....

【カウンセリング風景写真】

2. 完全個室で、お着替え

.....

【着替えスペースの写真】

3: ボディのトリートメント

.....

こう施術することで、お身体はこう変わりますよ♪ **詳しい説明で「理解しない」を超える**

【トリートメントの写真】

予約方法

価格・料金

こういう人が、こうなれます。

あなたも、こう変われますよ！

ダメ押しすることで「行動しない」を超える

ご予約は、こちらのフォームからお願いします。（予約フォームのリンク）

電話のリンク

LINEのボタン

- * 料金は、必ず最後の方に書く（価値を先に伝えきる！）
 - * どういう人がどう変わるか？の未来をたくさん伝える
 - * お客様の感想やビフォーアフター写真が、最強の訴求力
-

・お客さまの声（感想）の数はなぜ、3つか5つ？

日本人は、俳句、短歌、川柳など、奇数にリズムを感じる人種だから。

・避けたほうが良い書き方は？

文章でないと流し読みされてしまうので、箇条書きは、最小限にする。

・NGなメニュー記事①

何をするか？の中身を先に書いてしまうパターン。お客さまが知りたいのは、これを受けるとどうなれるか？です。それがわからないうちから、施術のすごさや、内容を見せても響きません。

・NGなメニュー記事②

専門用語バリバリなパターン。PTA活動中に使っても違和感のない言葉が、基準です（笑）例えば、カウンセラーの「潜在意識」は日常で使いませんし、ヒーラーの「ハイヤーセルフ」も一般の人は知りません。サロン、治療院の「アジャストメント」と言われても意味不明ですし「EMSを使っています」と言われても、ハテナ？です。どうしても、専門用語を使う場合は小学生でもわかる言葉で、説明をいれましょう。なお、専門用語バリバリだと、こういう人が集まりやすくなるので、要注意。

- その技術や知識をもっと勉強したい！と思っている同業者
- 同じようなサービスを受けたけど変われずにジプシーしている人
- 「変わりたい」と言いながら変わりたくない（サービスを受けただけ）の他責な人

・写真について

写真は基本的には、横向きしか使いません。明るいもの、人が写っているものが、ベストです。暗い写真、画像が荒い写真は、イメージが悪くなり逆効果なので、気をつけてください。また、サイズが小さすぎても、魅力は伝わらないので、大きくてOK！

・文章の長さについて

1文は、50文字以内が理想です。それ以上長いと、読んでいても意味が頭に入ってこず、言いたいことは伝わりません。

・強調の仕方

読み手が欲しくなるメリット、ベネフィット部分が、赤太字。その次に太字です。同じ強調を続けると、目立たなくなって強調の意味がなくなるので、連打しすぎないように。

・空白改行

空白改行が2行も3行もあると、記事がながーーーーくなって、離脱者がでます。（最後まで読まない方が増える）ですので、空白改行は1行にしましょう。

・記号と絵文字

記号がたくさんあると、記事が雑に見えて読みにくくなります。

() 「」 ●・♪あたりを最低限使うだけにしましょう。絵文字も少なめにして、スッキリと。

・文字の色

使う色は、基本的には、元の色（黒）と、赤の2色のみです。デザインによっては赤ではなく、赤みがかかったオレンジや茶、ピンクなどでも可。青は「リンクの色」ですので、リンクではない箇所には使いません。

記号と同じで、色が何色もあればあるほど、ごちゃごちゃします。そして、すごく素人の日記記事っぽくなります。とにかくブログ記事は、なるべくシンプルに読みやすく！がコツ。

・価格などの注釈

日付、場所（地図も）、時間など、お客さまにとって必要な情報に漏れがないように。価格は最後に書きます。なぜなら、すべての価値を見せてからでないと、価値もわからずに「高い」と思われてしまうからです。

以上です。他にもいろいろありますが、まずはここまでは理解しておいてくださいね ^ ^