Tohoku Web

整体院 整骨院のための成功するホームページ集客

■書籍ご購入者様限定プレゼント

豊田啓太様 電話インタビュー

文字起こしテキスト

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

※音声のほぼ直起こしのため、多少文脈が不自然な部分がございます、ご了承いただければ幸いです

■杉原

◎豊田さん

■こんにちは、杉原です。

◎こんにちは、豊田です。

■今日は、よろしくお願いします。

◎よろしくお願いします。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■今回の音声はですね、僕の本を購入して下さった方限定ということで、この音声を配布させていただきます。

内容としては、この本を実践して月商100万円を達成された事例ということで、

今日は、大阪の豊田啓太さんにインタビューをさせていただきます。

お願いします。

◎はい、よろしくお願いします。

■豊田さんはですね、今大阪で膝痛の整体院をされているのですよね

◎はい、大阪で膝痛の整体をしております。

■どうでしょうかね、もう3年くらい経つと思うのですけれども、

実績としては、もう100万ぐらいはいってるって感じでしたよね

◎そうですね、100万はいってます。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■はじめてご相談いただいた時は、まだゼロからっていう感じだったと思うのですけれども。

◎はい

■別に売り上げが目標ではないかもしれないけれど、

とりあえず目の前のことを頑張っていたら、数字ではそういう状況になったってことで。

そのプロセスですね、その辺をちょっと教えていただきたいなと思います。

◎わかりました。

■この本を買って頂いた方は治療院の方が多いと思うので、

豊田さんがゼロどういうステップを踏んで、

今はもう 100 万円台っていうか、100 万円以上の月商安定して出されていると思うのですけれども、

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

これはもう、何年ぐらい続いているのですか？

◎2 年ぐらいですかね。

■2 年ぐらいね。

◎はい

■毎年豊田さんどんどん成長されているので、またこれからももしかしたら上がってくると思うのですけれど、

人によって目標とか違いますので、とりあえず月商 100 万円を少なくても 2 年は安定して出されているので、是非聴いて参考にして頂きたいと思います。

■早速ですが、皆さん多分 1 番興味あるところが新規の集客ってところだと思うのですけれども、

豊田さんは、はじめて整体で患者さんを集めようと思ったのは、

最初は別に膝痛には特化していなかったんですよね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

◎そうですね。

はじめは、産後の骨盤矯正の出張ですね。

■なるほどね。

最初は出張でやろうと思ったんですもんね。

◎そうです。

■対象というか、患者さんの層を産後の人にしてみようかなっていう感じだったのですよね、最初は。

◎そうです、そうです。

■そこで色々と切り口を考えて、最初は切り口を考えたわけですよね。

◎そうですね。

切り口を考えましたね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■その次にやってみたことが、ホームページを作りましたよね。

◎はい、そうです、はい。

■これ、ホームページは、最初どうやって作ったのですか？

◎はじめて作った時は、WIX っていう無料のサイト方で最初はそれで作って、

後から、杉原さんのところでお願いさせていただいたという形ですね。

■なるほど。

最初は WIX を使ったのですね。

◎そうですね、はい。

■WIX って、そこまでホームページに詳しくない人でも、感覚で作れるような

サービスなんですかね？

◎そうですね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

すぐにブログ形式ですぐ作れるというか、とても操作は簡単に作れますね。

■はじめて自分のホームページ作りたいという人は、WIX でちょっと慣れてみるっていうのもありかもしれないですよね。

◎そうですね。

無料で慣れるというのも、いいかなと思っています。

■そこから、どんどん作り込んでいって、

今は、独自ドメインの自分のホームページをお持ちですけれども、

まずスタートとしては、そういうブログ形式のホームページ、今無料のやつとかありますもんね。

◎そうですね、無料のやつ多いですね。

■僕が知っている限りでは、WIX とかジンドゥとか、あと 1 枚ページで良ければペライチとかもありますけれどね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

◎ペライチも使いやすいですね。

■そうですか、豊田さんも使ったことがあると。

◎そうですね。

色々使わさせていただいていますね。

■最初は、そういう無料の直間で作れるようなホームページを触ってみたということで、

その後、アクセスを今度集めますよね。

◎そうですね。

アクセスを集めました、はい。

■作ったホームページをたくさんの人に見てもらう作業なのですけれど、

豊田さんは１番最初にやったアクセスアップというのは、何だったのですか？

◎まず、コンテンツ SEO、ブログですね、ブログとあと PPC 広告ですね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■ブログと PPC 広告ですね。

◎はい

■ブログは、どんな記事を書いたのでしょうか？

◎そうですね。

患者様の事例とかお客様の声を記事にしたりとかですね、そういったものをブログに初期の頃はしていたのかなと。

■なるほどね。

コンテンツとしては、お客さまの声と、

ただ、最初はお客さま居ないという人もいるかもしれないので。

◎ああ、はいはい。

■そういう場合は、どんなことを書いていたのですかね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

◎そうですね。

専門的な膝の痛みが起きる仕組みとか、あとは施術中の会話というか、

会話形式にして、こうやったら痛み取れましたとかですね、そういったのを記事にしていきましたね。

■なるほどね。

まだお客様の声がもらえない時というのは、そういう施術の話とか、専門的な知識をどんどんブログで書いていったと。

◎はい

■そうすると、ポツラポツラと問い合わせが出てくると思うのですけれど、

そこで、実績なんかをブログにアップしていくっていう感じですもんね。

◎そうです、そうです。

■やっぱり、あれですか？

ブログのコツとしては、僕も本でよく書いたのですけれど、地名と症状名をタイ

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

トルに入れるという、

その辺は、意識されましたか？

◎これは、そうですね。

意識していますし、地域名と症状名を入れることは物凄く大事だなと痛感していますね。

■ブログというか、コンテンツ SEO とかとも言いますけれどね、

地名と症状名をタイトルに入れて、お客様の声をコンテンツにしたり、

そういうやり方をされたと、いうことですね。

◎そうです。

■あとは、PPC 広告っていう話もありましたけれど、

こちらは、グーグルのアドワーズ広告っていうのと、

あと豊田さんは Yahoo もやっているのですか？

◎そうですね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

Yahoo リスティング広告もやっています。

■なるほどね。

じゃ、グーグルと Yahoo の広告ですね。

Yahoo とか毎年名称が変わるのですけれど、今は Yahoo プロモーション広告ってやつかな。

◎そうなんですか？

■ややこしいのですよね、こういう PPC 広告の名称とかね。

管理画面も毎年変わるので。

◎そうですね、グーグル変わっていますもんね。

■はじめて PPC 出したいっていう人にオススメのものって、何かありますか？

オススメっていうか、アドワーズ広告はやっぱりやりやすいですかね？最初は。

◎そうですね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

アドワーズ広告の方がやりやすいかなと。

■僕も色んな人のを見ているのですけれど、やっぱりアドワーズの方がアクセスが多いのですよね。

◎あっ、そうなんですね。

■多分 5 倍くらいあるんじゃないかな、ヤフーの。

◎そうですか。

■多分 iPhone が普及した影響だと思うのですけれども、

いきなり全部やろうとすると大変なので、まずはアドワーズ広告ね。

豊田さんも、アドワーズがメインだと思うのですけれど。

◎そうですね、アドワーズがメインですね。

■例えば月に 5 千円とか 1 万円とか、それぐらいの少額の予算でやっていただ

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

くと、いいのかなと思いますけれどね。

◎そうですね。

杉原さんに最初お願いした時も、かなり小額からだったと思うので。

■そうでしたよね。

◎はい。

それですぐに１週間ぐらいで､お問い合わせ２件ぐらいパッと電話入ったので、

そこから予算をちょっと上げていったりとか、した感じですね。

■PPC 広告を最初少額からはじめてみるっていうことで、

これも地名＋症状名で広告を出したって感じですもんね。

◎そうですね。

■というわけで、前半ざっくりとインタビューさせていただいたのですが、

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

もう１度おさらいしてみると、

新規集客に関しては、まず最初に豊田さん切り口考えましたよね。

◎はい、切り口考えました。

■2 番目がホームページを作りました。

◎はい。

■3 番目がアクセスを集めましたってことで、

ブログと PPC 広告、

とりあえずざっくり、こんなイメージでいいのかな？新規集客は。

◎そうですね。

これで新規集まると思います。

■ただこの切り口がね、色々と探ってみる必要性があって、

最初「産後の骨盤矯正」ってやった時は、ゼロではなかったけれど、そんなにホ

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

ームランが出る程のものではなかったのですよね？

◎そうですね。

ホームランが、

まぁ、ちょこちょこお問い合わせは来ていたのですけれども、

自分がしっくりこなかったっていうのがあって、

膝のお問い合わせよりは少なかったという形で。

■どこかのタイミングで、膝に切り替えたのですよね？

◎そうです。

アドバイスいただいて、今居てる患者さんどんな方が多いですか？という質問をいただいて、膝が多いですと。

自分も得意だったので、じゃあ膝に特化したホームページを作りましょうっていうことで、膝のホームページを作ったって感じですね。

■そこからですよね。

売り上げもグーンと上がってきたのは。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

◎そうですね。

そこから早かったですね。

月商 100、3〜4 カ月いったのかな。

■そうなんですね。

なので、この切り口っていうのは本当に大事で、次にホームページ作ってアクセスアップってことで、

本当は色々やっていらっしゃると思うのですけれども、ざっくりフレームワークを話すと、この新規集客はこの 3 つのステップということですね。

◎はい。

■後半ね、リピートについてちょっとお聞きしたいですね。

◎はい、わかりました。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■豊田さんは、ホームページから新しい患者さんが来た時に、もちろんリピートしていただきたいなと思われると思うのですけれど。

◎はい。

■何かコツかなんかあります？

リピートをしてもらうための。

◎コツは、そうですね。

一言でまとめてしまうと、自己重要感になります。

■自己重要感ね。

これ、僕も本には書いたのですけれども、色んな施術の流派があると思うのですよ。

この本を読んでいただいた方も、この音声聞いていただいている方も、ご自身の施術の方法があると思うのですね。

それはそういうやり方があるので、僕はその辺詳しくないので。

ただ、全てに共通することが、自己重要感を上げてあげるということはね多分共

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

通しているらしいと思うので。

豊田さんは実際自己重要感を上げるっていうのは、もう少しかみ砕くとどういうことをされています？

◎よく話を聞くことも、相槌をしっかり打ってしっかり話を聞くというのもそうですし、

あとは、褒めちぎる。

■褒めちぎる。

◎ことですかね。

■なるほどね。

話を良く聞いて、褒めちぎると。

◎そうです。

■例えば、「膝が痛いんです」って来るじゃないですか？

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

まず、その話をよく聞いてあげるわけですよね？

◎そうですね。

やっぱり、話聞かないとリピート率はもうガンと下がりますね。

■ああ、そうなんだ。

◎かなり最初の問診のところで決まってしまうのかなと、思っています。

■そのはじめての問診の時に、本当に色々と聞くわけですよね、話を。

◎そうですね。

「もう、辛かったですよね」みたいな共感をしてあげるというのは、それだけでリピート率は上がっていきますね。

■なるほどね。

色々話を聞いていると、その人なりに頑張っているところもあるでしょうから、そこを褒めてあげたり、っていうことなのかな。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

◎そうですね。

頑張っているところを、嘘で褒めないですけれど、長所ですね。

■嘘を言ったらね、お世辞になってしまうので。

◎そうです、そうです。

■いい所を見つけて、褒めてあげるというわけですね。

◎そうです、はい。

■あとは、豊田さんがすごく印象的なのが、ラインアットでよく一斉メールを配信されているのですよね。

◎そうですね。

一斉メールを配信しています。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■あれもう、何人くらいいらっしゃるのでしたっけ？

◎今、ラインアットが 250 で、メルマガが 1100 ですね。

■そんなにいらっしゃるのですね。

別にね、豊田さんも初めてやった時は当然ゼロだったのですもんね。

◎はい、ゼロでした。

■そこまで来るのに、何年かかりました？

◎人を集め始めたのが 2016 ぐらいだったと思うので､2 年はかかっていますね。

2 年か 2 年半です。

■別にその数字を聞いて「わぁ、すごいな！」と僕には出来ないなと思われる人

もいるかもわかんないですけれど、

豊田さんもゼロだったので、2 年前は。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

◎そうです、そうです。

本当ゼロスタートでした。

■だから最初のステップとしては、ホームページに設置したのですか？

◎そうですね。

ホームページ上に、ランアットであったりメルマガを設置していきました。

■ラインアットって、本当今簡単にできるのですよね。

◎そうですね。

無料ですぐに登録できちゃいますね。

■審査なしのやつもあるので、それインストールして、スマホのアプリとかに、

そうすると友達追加 URL がすぐ取得できるので、それをペタッとホームページ

に貼っちゃうってことですよね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

◎もう、その通りです。

■そうすると、勝手に読者さんが増えていくので。

豊田さんすごいのは、これ高頻度に配信しているのですよね？

◎そうですね。

やっぱり接触頻度というのも大事だと思うので、リピート率を上げるためには

それも意識して配信していますね。

■なるほどね。

1 回豊田さんの施術を受けた方ちいうのは、結構接触頻度が高いっていうか、

別に直接お逢いしているわけではないけれど、豊田さんの整体に行かなくても、

つい豊田さんの何か情報とかそういうのに触れているようなイメージですかね。

◎そうですね。

その通りですね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■接触頻度を高めるというか、大概はリピートしないんですっていうのは大概何もしていないんですよね。

◎もう、そうですね。

おっしゃる通り、そうです。

■とはいえ、はがきを送るとか紙のニュースレターを送るということは、結構労力がかかるので。

◎そうですね、パワー要りますね。

■やっている方も、なかなか継続が難しいっていうのがあると思うのですよ。

でも、豊田さんのこういうラインアットとかだったら、メールちょっと書く感覚で、それこそ今 200 人くらいに一斉に配信できるので。

これ、比較的頻度が高いですよね。

どのぐらいのペースで出されているのですか？

◎そうですね、1 週間に 1 回は配信しています。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■なるほどね。

ということは、例えば 1 回豊田さんの施術を受けた人は、ブロックしない限りは、1 週間に 1 回は豊田さんのことを思い出しているわけですよね。

◎そうですね。

■ここね、ポイントだと思うのですよね。

例えば別の整体院さんに行きましたと、ただその人は一切ノンフォロー、フォローしない。

一方、豊田さんは 1 週間に 1 回は何かしかの接触をしているわけですよね。

◎そうですね。

■そうしたら、どっちに行こうかと思ったら、豊田さんの方に行きますよね。

◎そうですね。

そうなってしまいますね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■なるほどね。

なので、ここで一旦後半のおさらいをすると、

リピート率を上げるには、自己重要感を与える、上げてあげるということで。

具体的には、話を良く聞くということですね、最初に。

◎そうですね。

話をよく聞くことですね。

■次に、褒めちぎるてことですよね。

◎そうですね、褒めちぎる、そうですね。

褒めるってことですね。

■長所を、ただ言及してあげるというだけだと思うのですけれども。

あとは、接触頻度を高めるっていうことですね。

◎そうです、はい。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

■別にラインアットじゃなくてもいいですよね。

これ僕も本にも書いたのですけれども、携帯のショートメールを送ったりとか、

あと、はがきとかでもいいのですよ、もちろん。

◎そうですね、全然ショートメッセージでもはがきでも喜ばれると思います。

■要は、週に 1 回とか、接触しているということが大事なのでね。

◎そうですね。

それがないと、やっぱり色々テスト僕もしましたけれど、リピート率はガクンと

下がりますね。

■というわけで、まず新規集客とこのリピート 2 つですね。

◎はい。

■ここまでやっていれば、恐らく、

切り口次第でもあるのですけれども、

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

豊田さんは、月商 100 万円を 2〜3 年安定して続けているっているのは、これの繰り返しって感じですもんね。

◎もう本当それだけですね。

■是非ちょっとこれを参考にしていただきたいのですが。

■豊田さんあと最後ですね、

何か、こうインターネットのテクニックの話とか、リピート率を上げる方法とかありましたけれども、

豊田さんが普段やっている習慣っていうか、これをするとブログを書くのが全然苦にならないとか、

継続して毎年いい結果が出ているので、そういう秘訣があったら何か 1 つ教えていただきたいのですけれども。

◎そうですね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

結構いつともやってはいるのですが、これをやりだしてから上手くいきはじめたなというのが１つありまして、

それっていうのは、瞑想です。

■瞑想

◎目標を具体的にイメージしたってことですね。

うとうとしている時に、まぁお風呂の中で自分は結構やったりするのですけれど。

■そうなんですか。

◎リラックスして、うとうとしている時に、なってほしいその姿というか目標をイメージでしました。

■なるほどね。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

◎はい。

■まず目標を明確にして、それをうとうとしながらイメージするみたいな感じですかね。

◎そうですね。

イメージ、そうです、そのような感じですね。

■瞑想って昔はお坊さんとか、そういう人しかしないのかなって感じでしたけれども、

最近は、ビジネス系の本でもよくいっぱい出ていますもんね。

◎そうですね。

最近は凄く出てますね。

■マインドフルネスとか、ヨガの本とかもいっぱい出てますからね、今、ビジネスマンの。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

ではその瞑想を取り入れたのが、あるわけですね。

◎そうですね。

もう、それを入れ始めてから劇的にやっぱり、不思議な話なんですけれどお問い合わせであったりとか、運がよくなりましたね。

■なるほどね。

瞑想とか座禅とか、本当色んな有名な人もいっぱいやっていますので、

アップルのスティーブジョブスとか、色んな有名な経営者さんもよくやっているって聞きますので、

是非、興味がある方は、やってみていただきたいなと思います。

とりあえず目標を決めるってことですかね、最初にやることとしては。

◎そうですね。

目標を決めるってことですね。

■ただ、うとうとしていてもね、

それはそれでいいと思うのですけれど。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

どうせなら、月商でこれぐらいいきたいなとか、そういうのを決めていただいて、

それをうとうとイメージするっていう感じですね。

◎そうですね。

あとは、言葉に出したりとかですかね。

■言葉に出したり。

◎はい。

■それは、毎日独り言のようにしゃべるのですか？

◎そうですね。

結構そうですね、家族に見られると結構あやしいので、居てない時にボソボソって言っています。

■そうなんですね。

僕も、やるのですよ。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

紙に書いて、それを読み上げるみたいな。

声は、すごく大事らしいですね。

◎その通りになっていきますね、不思議と。

■わかりました。

これをやることによって、実際に豊田さんご自身も上手くいっているし、膝の患者さんもすごく皆さん喜ばれているようなので、

是非こんな感じで、やっていただきたいなと思います。

■じゃ、豊田さん

今日はどうもありがとうございました。

◎はい、ありがとうございました。

■是非この音声聴いていただいている方も、ご自身の目標を設定していただいて、

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.

あと、本の通りにやっていただくと本当上手くいくと思います。

是非、豊田さんとか他の会員の方もこれで上手くいっている方が多いので、是非参考にしてください。

■今日は豊田さんありがとうございました。

◎はい、ありがとうございました。

■失礼いたします。

◎はい、失礼いたします。

Copyright © 2018- （株）トーホクウェブ 杉原 All Rights Reserved.