

# R.Mari | サロン分析シート

---

## A. サロンの基本戦略とポジショニング（最重要）

### 1. 最も予約してほしいお客様像（ペルソナ）

年齢層／職業／ライフスタイル／年収（価格感度）を含めてご記入ください。

（例）30代後半／会社員・子育て中／週1で自分時間を大切にしたい／高価格でも結果重視

A:

### 2. なぜこのサロンに来てほしいのか？

どんな価値観・考え方の人に共感してほしいですか？（理念や想いとつながる内容で）

A:

### 3. お客様の「言葉にならない」一番深い悩みと願望

表面的な悩み（例：毛穴・たるみ）の奥にある感情（例：写真に写る自分が嫌、年齢を感じたくない）を教えてください。

A:

### 4. サロンの独自の強み（USP）

他と比べて「ここだけは絶対に負けない」と言える点を明確に。

（技術／メソッド／接客／空間／効果実感など）

A:

### 5. サロンコンセプトを一言で表すと？

（例：結果と癒しの両立サロン、心まで整うエステ）

A:

## 6. 提供するサービスの具体的な効果と持続性

「どのくらいの期間・回数で、どんな変化が見込めるか」を数字で表すと？

A:

---

## B. ターゲット層のメディア接触と行動（LINE 導線設計に必須）

### 1. (開業済)⇒現在の LINE 登録者の主な流入経路

(開業予定)⇒将来的にどこから LINE 登録してもらいたいイメージですか？

Instagram／広告／HP／店頭／紹介など、複数回答可

A:

### 2. (開業済)⇒お客様が予約前に感じる「最後の不安」

(開業予定)⇒初めての方が不安に思いそうなことは？

(例：勧誘が怖い、本当に効果ある？、痛みが心配、価格に見合うか)

A:

3. (開業済)⇒ 現在のお客様が予約を決めた「決定的な一言・瞬間」

お客様の反応や印象に残ったメッセージなど

(開業予定)⇒お客様が「ここなら行ってみよう」と思える決め手になりそう

な要素は？理想のお客様が共感・安心できそうなポイントを挙げてくださ

い。

A:

---

## C. リーフレットの配布・デザインに関する情報

### 1. リーフレットの主な配布場所と目的

(例：店頭／ポスティング／他店に設置／イベント配布)

A:

### 2. 手にした人に“いつまでに”行動してほしい？

(例：配布から3日以内にLINE登録、1週間以内に予約など)

A:

### 3. サロンのブランドイメージ

当てはまるものを選んでください（複数可）

☐ 高級感    ☐ 親しみやすさ    ☐ 専門性    ☐ 癒し

☐ 信頼感    ☐ 女性らしさ    ☐ モダン    ☐ ナチュラル

### 4. 使用したいメインカラーや世界観

イメージカラー／参考サロンやテイストなどがあればご記入ください。

A:

### HP や SNS でご紹介してもよろしいですか？

1.フルネームでも可（ ）

2.苗字なら可（ ）

3.イニシャルなら可（ ）

4.サロン名なら可（ ）

5.どれも不可（ ）