

CASE 4 販路拡大

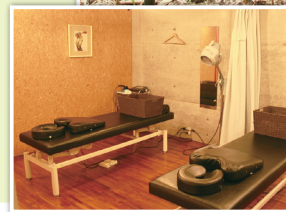
経営を安定させ、新規顧客を獲得するために、どうすべきかを見つめ直し、ターゲットに響くPRを展開。

【Kuniklo 鍼灸整骨院 代表 柴田 有朗さん】

PROFILE

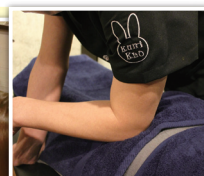
- 会社名：Kuniklo 鍼灸整骨院
- 代表：柴田 有朗
- 起業日：2017年4月5日
- 業種：鍼灸、整骨業
- ホームページ：<https://kuniklo.tokyo/>

Kuniklo鍼灸整骨院 院長
はり師・きゅう師 歴13年
柔道整復師
骨盤軸整体協会認定インストラクター、
大口式小顔矯正了



ビジサポとの関わり

ビジサポは開業前に一度融資の相談に行ったことがあり、その時は相談のみで終わりました。2017年に開業したものの、集客がなかなか上手くいかず、相談相手もない状況で困っていたところ、「ビジサポ」の存在を思い出し、何かのきっかけになればと、販路拡大・集客の相談に伺いました。



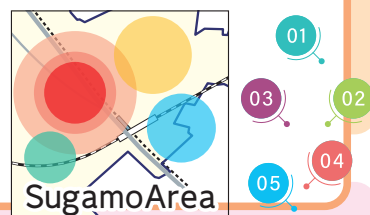
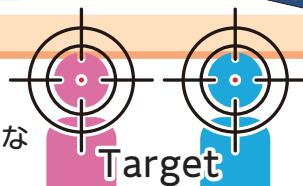
旧パンフレット

ビジサポを通して考えたこと

相談員の方と意見交換をしながら、まずは、新規の顧客を増やし、経営を安定させるという目標を起て、新しいことをはじめるのではなく、今あるスキルを最大限に生かした新メニューの開発と、集客できるようなパンフレットの作成を考えました。また、新メニューを載せたパンフをポスティングするエリアの選定などを吟味してアドバイスをいただきました。

得られた気づき

- ターゲットを明確化し、魅力的なメニューの開発
- 広告アイテムの重要性
- マーケティングエリアの選定



気づきから起こした行動

新メニューの開発とキャッチーなネーミングを考案

今ある技術をターゲット層に合わせた魅力的なネーミングでパッケージする



「ボディバトラー」
身体のメンテをする「執事」のような存在という意味からネーミング。ロゴも高級感あるロゴに作り上げました。



新メニューを載せたわかりやすいパンフの作成

新しいメニュー「ボディバトラー」を載せるため、少し高級感を持たせ、手に取ったターゲットが興味を持つような内容とデザインを心掛け制作。



ターゲットに向けて的確にWEBでの発信を続ける

WEBセミナーも受講しターゲットに刺さるコンテンツ作りを心掛けた。



現在とこれから

新メニューも好評で経営も安定してきましたが、なお一層良い施術が提供できるよう新しい技術の習得や、技術力向上を心がけていきたいです。また、今回得たノウハウを活かし事業拡大なども視野にプロモーションやマーケティングの知識も高めていきたいと思っています。また巣鴨という好立地を利用して、二毛作として空いた日を利用して美容系の方にもお貸ししているので、ここからまた新しい化学反応が起こるのかを考えています。